

**TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PADA PELAYANAN  
DI *OLD DISH TIP TOP* YOGYAKARTA**

**TUGAS AKHIR SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta  
untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan



Oleh :

Dhea Utami Putri

NIM. 13511244015

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TEKNIK BOGA**

**FAKULTAS TEKNIK**

**UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

**2017**

# TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PADA PELAYANAN DI *OLD DISH TIP TOP* YOGYAKARTA

Oleh:

Dhea Utami Putri

13511244015

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui (1) profil gerai di *Old Dish Tip Top* Yogyakarta, (2) Tingkat kepuasan konsumen ditinjau dari aspek bukti langsung (*tangible*) di *Old Dish Tip Top* Yogyakarta, (3) Tingkat kepuasan konsumen ditinjau dari aspek keandalan (*reliability*) di *Old Dish Tip Top* Yogyakarta, (4) Tingkat kepuasan konsumen ditinjau dari aspek daya tanggap (*responsiveness*) di *Old Dish Tip Top* Yogyakarta, (5) Tingkat kepuasan konsumen ditinjau dari aspek jaminan (*assurance*) di *Old Dish Tip Top* Yogyakarta, (6) Tingkat kepuasan konsumen ditinjau dari aspek empati (*emphaty*) di *Old Dish Tip Top* Yogyakarta.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif yaitu penelitian yang datanya berbentuk angka dengan metode wawancara dan *survey*. Penelitian dilakukan di *Old Dish Tip Top* Yogyakarta Jalan Prof. Yohanes Yogyakarta pada Februari 2017 hingga Agustus 2017. Populasi penelitian adalah konsumen yang berkunjung di *Old Dish Tip Top* Yogyakarta sebanyak 33 orang perharinya. Uji coba instrumen dilakukan dengan mengambil 30 responden. Jumlah sample penelitian sebanyak 32 responden. Penentuan sampe dilakukan dengan cara *incidental sampling* dan analisis data menggunakan analisis tingkat kesesuaian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) profil gerai di *Old Dish Tip Top* Yogyakarta meliputi sejarah, meliputi sejarah, struktur produksi, tenaga kerja, pemasaran dan struktur organisasi (2) tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan berdasarkan bukti langsung (*tangible*) masuk kategori belum puas, (3) tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan berdasarkan keandalan (*reliability*) masuk kategori belum puas, (4) tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan berdasarkan daya tanggap (*responsiveness*) masuk kategori belum puas, (5) tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan berdasarkan jaminan (*assurance*) masuk kategori belum puas, (6) tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan berdasarkan empati (*emphaty*) masuk kategori belum puas,

Kata kunci : kepuasan konsumen, *Old Dish Tip Top* Yogyakarta

## LEMBAR PERSETUJUAN

Tugas Akhir Skripsi dengan Judul

### TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PADA PELAYANAN DI ICE CREAM OLD DISH TIP TOP YOGYAKARTA

Disusun Oleh :

Dhea Utami Putri

NIM 13511244015

Telah memenuhi syarat dan disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk dilaksanakan  
Ujian Akhir Skripsi bagi yang bersangkutan.

Yogyakarta, 18 Oktober 2017

Mengetahui,

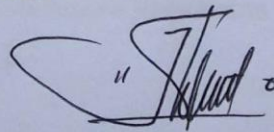
Ketua Program Studi  
Pendidikan Teknik Boga



Dr. Mutiara Nugraheni, M.Si  
NIP. 19770131 200212 2 001

Menyetujui,

Dosen Pembimbing



Dr. Marwanti, M.Pd  
NIP. 19570313 198303 2 001

**HALAMAN PENGESAHAN**

Tugas Akhir Skripsi

**TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PADA PELAYANAN  
DI OLD DISH TIP TOP YOGYAKARTA**

Disusun Oleh :  
Dhea Utami Putri  
NIM 13511244015

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji Tugas Akhir Skripsi Program Studi  
Pendidikan Teknik Boga Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta  
pada tanggal 24 November 2017

Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
<u>Dr. Marwanti</u> Ketua Penguji		24 November 2017
<u>Sutriyati, M.Si</u> Sekretaris		24 November 2017
<u>Dr. Mutiara Nugraheni</u> Penguji Utama		24 November 2017

Yogyakarta, Januari 2018

Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta

Dekan,



Dr. Widarto, M.Pd.

NIP. 19631230 198812 1 001



## **SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dhea Utami Putri

NIM : 13511244015

Program Studi : Pendidikan Teknik Boga

Judul TAS : Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Pelayanan di *Old Dish  
Tip Top* Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.

Yogyakarta, Oktober 2017

Yang menyatakan,

Dhea Utami Putri

NIM. 13511244015

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, anugerah, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul “ Tingkat Kepuasan Konsumen pada Pelayanan di *Old Dish Tip Top* Yogyakarta” dengan lancar. Tugas Akhir Skripsi ini dapat diselesaikan tidak lepas dari bantuan dan kerjasama dengan pihak lain. Berkenaan dengan hal tersebut, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Dr. Marwanti, M.Pd selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir Skripsi, yang telah banyak memberikan waktu luang, semangat, dorongan dan bimbingan selama penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini.
2. Dr. Mutiara Nugraheni, M.Si selaku Penguji, Validator Instrumen Penelitian dan Ketua Jurusan Pendidikan Teknik Boga dan Busana beserta dosen dan staff yang telah memberikan bantuan dan fasilitas selama proses penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini.
3. Sutriyati Purwanti, M.Si selaku Sekertaris Tugas Akhir Skripsi yang telah banyak memberikan waktu luang, semangat dan bimbingan selama Tugas Akhir Skripsi ini.
4. Prihastuti Ekawatiningsih, S.Pd., M.Pd selaku Dosen Pembimbing Akademik, yang telah memberikan semangat, dorongan dan bimbingan selama menempuh pendidikan di Universitas Negeri Yogyakarta.
5. Dr. Widarto, M.Pd selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta, yang memberikan persetujuan pelaksanaan Tugas Akhir Skripsi.
6. Johan Paramastya selaku Man:      vii      ish Tip Top Yogyakarta, yang telah memberi izin dan sebagai sumber informasi dalam peneitian Tugas Akhir Skripsi.

7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, secara langsung maupun tidak langsung memberikan banyak bantuan, memberi perhatian dan membantu proses penelitian ini hingga selesai.

Akhirnya segala bantuan yang telah diberikan semua pihak diatas semoga menjadi amalan yang bermanfaat dan mendapatkan balsan dari Allah SWT. Semoga Tugas Akhir Skripsi ini menjadi informasi yang bermanfaat bagi pembaca maupun pihak lain yang membutuhkan.

Yogyakarta, Oktober 2017

Penulis,

Dhea Utami Putri

NIM. 13511244015

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
ABSTRAK.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	3
C. Batasan Masalah.....	4
D. Rumusan Masalah.....	4
E. Tujuan Penelitian.....	4
F. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	6
A. Deskripsi Teori.....	6
B. Penelitian yang Relevan .....	24
C. Kerangka Pikir.....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
A. Jenis Penelitian.....	27
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	27
C. Populasi dan Sampel.....	28
D. Definisi Operasional Variable Penelitian.....	29
E. Teknik dan Instrumen Penelitian.....	30
F. Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	33
G. Teknik Analisis Data.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
A. Deskripsi Data.....	40
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	58
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	63
A. SIMPULAN.....	63
B. KETERBATASAN PENELITIAN.....	64
C. SARAN.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....	66
LAMPIRAN	



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pikir.....	26
Gambar 2. Struktur Organisasi.....	43
Gambar 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Gambar 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
Gambar 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	46
Gambar 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku.....	47
Gambar 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	48

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	32
Tabel 2. Pedoman wawancara.....	33
Tabel 3. Hasil Uji Validitas Harapan.....	35
Tabel 4. Hasil Uji Validitas Kenyataan.....	36
Tabel 5. Hasil Pengujian Reliabilitas Harapan.....	38
Tabel 6. Hasil Pengujian Reliabilitas Kenyataan.....	38
Tabel 7. Hasil Perhitungan Tingkat Kesesuaian Harapan dan kenyataan Dimensi Berwujud.....	49
Tabel 8. Hasil Perhitungan Tingkat Kesesuaian Harapan dan kenyataan Dimensi Keandalan.....	51
Tabel 9. Hasil Perhitungan Tingkat Kesesuaian Harapan dan kenyataan Dimensi Daya Tanggap.....	54
Tabel 10. Hasil Perhitungan Tingkat Kesesuaian Harapan dan kenyataan Dimensi Jaminan.....	56
Tabel 11. Hasil Perhitungan Tingkat Kesesuaian Harapan dan kenyataan Dimensi Empati.....	57

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Yogyakarta adalah kota istimewa yang banyak dikunjungi wisatawan lokal maupun mancanegara dengan tujuan beragam seperti berwisata alam, wisata prasejarah, dan wisata kuliner. Yogyakarta pun merupakan kota padat penduduk dengan golongan yang berbeda-beda, dari anak kecil hingga dewasa dan memiliki pekerjaan yang beragam seperti pelajar atau mahasiswa, wiraswasta, PNS, seniman, karyawan kantor dan lainnya. Padatnya penduduk dan banyaknya wisatawan, pengusaha-pengusaha dibidang apapun tertarik untuk membuka lahan bisnis di kota ini tidak terkecuali dalam bisnis kuliner.

Harian Tribun Jogja (Jumat, 29 Mei 2015) masyarakat yang konsumtif semakin tertarik dengan kuliner yang sedang populer yang berada di Yogyakarta yaitu tempat-tempat *ice cream*. Hal ini membuat pengusaha atau pebisnis yang melihat kesempatan menjadikannya sebagai peluang untuk membuka gerai *ice cream* di kota Yogyakarta.

Bisnis *ice cream* salah satu bisnis kuliner yang banyak di kota Yogyakarta. Hal ini membuat persaingan yang sangat kuat antar pengusaha untuk membuat *brand ice cream* dikenal masyarakat luas, membuat produk *ice cream* yang memiliki keunggulan dalam rasa, tempat serta promosi dengan cara menarik agar pelanggan mendatangi serta membeli produk.

*Ice cream* memiliki tekstur semi padat dan memiliki rasa yang manis, asam, serta dingin yang menyegarkan. *Ice cream* pun mempunyai banyak

rasa seperti buah-buahan, biskuit oreo, *green tea*, dan lainnya. Dengan tekstur semi padat dan dingin serta rasa yang beragam membuat *ice cream* digemari semua orang, baik dari anak-anak hingga orang dewasa menyukai *ice cream*.

Banyaknya kalangan yang menggemari *ice cream* dapat kita lihat dari beragam gerai *ice cream* yang berkembang di Yogyakarta. Pemilihan konsep gerai dan ragam rasa *ice cream* pun terkadang menjadi daya tarik bagi pelanggan untuk membeli, mengunjungi serta *hangout*. Konsep gerai yang digunakan oleh *Old Dish Tip Top* adalah klasik modern. Dalam penelitian ini, peneliti akan memfokuskan pada gerai *ice cream Old Dish Tip Top* Yogyakarta. *Old Dish Tip Top* Yogyakarta merupakan gerai *ice cream* pertama yang berdiri di kota Yogyakarta sejak tahun 1936 dan masih bertahan hingga saat ini ditengah-tengah para pebisnis *ice cream* lainnya.

Berdasarkan pengamatan , setiap pelanggan mempunyai pilihan untuk mengunjungi bukti langsung (*tangible*) dari gerai *Old dish Tip Top* yang memiliki konsep interior klasik modern serta fasilitas yang disediakan, dari keandalan (*reliability*) pada ragam rasa *ice cream* yang disediakan, penampilan produk *ice cream*, daya tanggap (*responsivess*) pelayanan yang baik dan tepat, jaminan (*assurance*) pada keamanan produk *ice cream* ,pangan dan keramahan pelayan, serta empati (*emphaty*) dari pelayan terhadap konsumen . Hal ini membuat *Old dish Tip Top* memiliki pelanggan yang bertahan dari dulu hingga sekarang ataupun yang baru untuk berkunjung ke *Old dish Tip Top*.

Karakteristik adalah ciri khas dari suatu benda atau seseorang yang berupa bentuk, rasa, jenis kelamin, usia, pekerjaan, tempat tinggal dan

sebagainya. Gerai-gerai *ice cream* mempunyai daya tarik yang diinginkan konsumen dengan memiliki karakteristik tersendiri. Tidak hanya dari gerainya saja tetapi juga memiliki karakteristik dalam hal pelayanan. Dilihat dari beberapa pelanggan yang meminta untuk dilayani oleh *waiters* agar mendapat *scoop ice cream* lebih banyak karena tenaga *waiters* lebih kuat jika dibandingkan dengan *waitresses* ketika mengambil *ice cream* dari tempatnya. Oleh karena itu, berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Pelayanan di *Ice Cream Old Dish Tip Top* Yogyakarta”.

#### B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka identifikasi masalah adalah sebagai berikut :

1. Banyaknya wisatawan yang berada di Yogyakarta membuka peluang bisnis kuliner yang menyebabkan persaingan antar pengusaha semakin kuat
2. Masyarakat yang konsumtif menyebabkan pebisnis kuliner membuat persaingan antar pengusaha semakin kuat
3. Persaingan yang kuat menyebabkan banyak pengusaha membuat brand *ice cream* baru dengan keunggulan masing-masing walaupun menawarkan produk yang sama dan sejenis.
4. Berbagai kalangan yang mempunyai selera berbeda menyebabkan banyaknya jenis rasa pada *ice cream*
5. Adanya beberapa faktor yang menyebabkan pelanggan memilih gerai *ice cream* untuk dikunjungi yaitu pada bukti langsung, keandalan, daya tanggap, asuransi, jaminan dan empati

6. Karakteristik yang berbeda menyebabkan perbedaan keinginan dalam hal pelayanan

#### C. Batasan Masalah

Penelitian ini membatasi permasalahan hanya pada profil dan tingkat kepuasan konsumen pada gerai *ice cream Old Dish Tip Top* Yogyakarta yang meliputi sejarah gerai, struktur tenaga kerja, produksi, pemasaran, karakteristik dan tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan.

#### D. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana tingkat kepuasan konsumen pada *ice cream Old Dish Tip Top* Yogyakarta yang meliputi :

1. Bagaimana profil gerai *ice cream Old Dish Tip Top* Yogyakarta yang meliputi sejarah, struktur produksi, tenaga kerja, pemasaran dan struktur organisasi ?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen pada pelayanan berdasarkan bukti langsung (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*) di *ice cream Old Dish Tip Top* Yogyakarta?

#### E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui profil gerai *ice cream Old Dish Tip Top* Yogyakarta meliputi sejarah, struktur produksi, tenaga kerja, pemasaran dan struktur organisasi
2. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen pada pelayanan berdasarkan bukti langsung (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap

(*responsiveness*) , jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*) di *ice cream Old Dish Tip Top* Yogyakarta

#### F. Manfaat Penelitian

##### 1. Gerai *Ice Cream*

Bagi gerai *ice cream* atau pengusaha penelitian ini bermanfaat untuk mengetahui karakteristik dan tingkat kepuasan dari setiap pelanggan agar dapat mendata pelanggan serta mendapatkan kritik dan saran yang membangun.

##### 2. Peneliti

Bagi peneliti penelitian ini bermanfaat untuk menerapkan pengetahuan yang telah didapat selama masa kuliah serta dapat belajar langsung dilapangan dan melihat kenyataan karakteristik dan tingkat kepuasan yang berbeda-beda pada pelanggan.

##### 3. Universitas Negeri Yogyakarta

Bagi Universitas Negeri Yogyakarta penelitian ini bermanfaat untuk menambah koleksi pengetahuan dan jurnal serta dapat menjalin relasi dengan perusahaan *Ice Cream* di Yogyakarta.



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Deskripsi Teori

##### 1. Profil

###### a. Pengertian Profil

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008) profil adalah grafik atau ikhtisar yang memberikan fakta tentang hal-hal khusus. *Profile is outline, contour, drawing, figure, form, side view, silhouette, and sketch* (profil adalah garis, garis bentuk luar, gambar, bentuk badan, bentuk, pandangan dari samping, bayangan hitam, dan sketsa) (Collin dictionary:2017). Menurut kamus *Oxford* (2008) menyebutkan bahwa :

*“ Profile is the outline of person face when you look from the side, not the front and description of somebody or something that gives, useful information* (profil merupakan garis wajah seseorang jika dilihat dari samping bukan dari depan dan dapat deskripsi dari seseorang atau sesuatu yang dapat memberi informasi).”

Dari berbagai pengertian dan pendapat tentang profil dapat diartikan bahwa profil adalah gambaran dari suatu hal-hal khusus yang telah diamati dan merupakan fakta yang bisa di deskripsikan dari seseorang atau sesuatu yang dapat memberikan informasi.

Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan profil adalah gambaran tentang sebuah perusahaan yang dipandang dari sejarah dan struktur manajemen perusahaan.

## b. Struktur Organisasi

Menurut Manulang (1992:67), organisasi dalam arti bagan atau struktur adalah gambaran secara skematis tentang hubungan-hubungan, kerjasama dari orang-orang yang terdapat dalam rangka usaha mencapai suatu tujuan. Struktur organisasi menunjukkan kerangka dan susunan perwujudan pola tetap hubungan-hubungan di antara fungsi-fungsi, bagian atau posisi, maupun orang-orang yang menunjukkan kedudukan, tugas wewenang dan tanggung jawab yang berbeda-beda dalam suatu organisasi (Usman, 2014:132).

Menurut Achmad Sani dan Vivin (2013:1) organisasi yang berhasil adalah yang secara efektif dan efisien mengkombinasikan sumber-sumber dayannya guna menerapkan strategi-strateginya.

Dari berbagai pengertian dan pendapat ahli tentang organisasi dapat diartikan bahwa organisasi adalah suatu gambaran yang memiliki tingkatan hubungan kerjasama antara orang-orang dan memiliki suatu tujuan bersama.

## 2. Karakteristik Konsumen

### a. Pengertian Karakteristik Konsumen

Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008) menyatakan bahwa, “ karakteristik mempunyai sifat khas sesuai dengan perwatakan tertentu”.

Etta dan Sophia (2013:178) berpendapat bahwa karakteristik konsumen didasarkan pada demografik, prefensi pembelian produk, persepsi manfaat produk bagi konsumen, dan

gaya hidup konsumen. Uraian dari dasar karakteristik konsumen antara lain :

- 1) Demografik, konsumen yang di kelompokkan dalam dasar ini antara lain, kelas sosial, etnis, usia, pendidikan, penghasilan, agama dan lain-lain.
- 2) Preferensi pembelian produk mengelompokkan berdasarkan keluarga, teman, kelompok referensi, dan lain-lain.
- 3) Persepsi manfaat produk bagi konsumen yaitu manfaat inti produk dan atribut produk.
- 4) Gaya hidup konsumen dikelompokkan menjadi gaya hidup sehat; gaya hidup sosialita; gaya hidup orang kota, orang desa, orang modern; gaya hidup kembali ke alam.

Siagian (2008) menyatakan bahwa, “Karakteristik biografikal (individu) dapat dilihat dari umur, jenis kelamin, status perkawinan, jumlah tanggungan dan masa kerja”.

Kotler dan Armstrong dikutip Etta dan Sophia (2013:88) berpendapat bahwa, “demografi adalah ilmu tentang populasi manusia dalam hal ukuran, kepadatan, lokasi, umur, jenis kelamin, ras, mata pencaharian, dan statistik lainnya”.

Dari berbagai pendapat ahli dan pengertian diatas maka dapat di artikan bahwa karakteristik konsumen adalah ciri atau sifat khas yang dimiliki seseorang yang meliputi usia, jenis kelamin, perwatakan, ras, mata pencarian dan lainnya. Dalam penelitian ini, karakteristik yang diteliti adalah karakteristik usia, jenis kelamin,

pekerjaan, tempat tinggal, intensitas. Dari penelitian dapat diketahui bahwa adanya perbedaan karakteristik konsumen yang menjadi pelanggan di gerai *ice cream* dilihat dari usia, jenis kelamin, pekerjaan, tempat tinggal dan intensitasnya.

b. Jenis-jenis Karakteristik Konsumen

1) Usia

Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008) menyatakan bahwa, “usia adalah lama waktu hidup atau ada sejak dilahirkan atau diadakan”. Nugroho J. Setiadi (2003:295) berpendapat bahwa, “kelompok usia dapat juga dianalisis sebagai sebuah subbudaya karena sering memiliki nilai yang berbeda”.

Usia menjadi salah satu jenis karakteristik konsumen yang penting. Dari beberapa pendapat diatas dapat diartikan bahwa usia adalah satuan nilai yang dapat diukur dari lama waktu hidup atau sejak diadakan (lahirkan) yang dan dapat dianalisis karena memiliki nilai yang berbeda.

2) Jenis Kelamin

Pengertian Jenis Kelamin (seks) menurut Hungu (2007) adalah perbedaan antara perempuan dengan laki-laki secara biologis sejak seseorang lahir.

Jenis kelamin merupakan perbedaan antara perempuan dengan laki-laki yang terjadi secara biologis sejak lahir dan perbedaan terlihat dari apa yang digunakan seseorang. Dalam penelitian ini karakteristik konsumen yaitu

jenis kelamin akan diteliti dengan melihat semua konsumen yang mengunjungi gerai *ice cream* .

### 3) Pekerjaan

Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008) menyatakan bahwa, “pekerjaan adalah pencaharian yang dijadikan pokok penghidupan sesuatu yang dilakukan untuk mendapatkan nafkah”.

Pekerjaan juga merupakan salah satu faktor penting bagi karakteristik konsumen dikarenakan perbedaan pekerjaan berdampak pada perbedaan pendapatan. Pendapatan yang besar dapat membuat konsumen menjadi lebih konsumtif dan membeli suatu benda atau makanan berdasarkan keinginan dan bukan kebutuhan. Sedangkan pendapatan yang sedang akan mengutamakan membeli suatu benda atau makanan yang menjadi kebutuhan utamanya bukan hanya keinginan.

### 4) Tempat Tinggal

Wibowo Turnady (2012) menyatakan bahwa, “ Tempat tinggal (domicillie) adalah tempat seseorang harus dianggap selalu hadir dalam hubungannya dengan pelaksanaan hak dan pemenuhan kewajiban, juga apabila pada suatu waktu ia benar-benar tidak dapat hadir di tempat tersebut”.

Tempat tinggal merupakan salah satu faktor penting dalam karakteristik konsumen. Konsumen mengunjungi suatu tempat dengan melihat jarak dari tempat tinggal sehingga dapat mengukur jarak tempat yang akan dikunjungi tidak terlalu jauh.

Menjadi salah satu pertimbangan untuk mengunjungi suatu tempat dengan melihat jarak tempat yang ingin dikunjungi dari tempat tinggal.

#### 5) Intensitas

Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008) menyatakan bahwa, “ Intensitas merupakan suatu keadaan tingkatan atau ukuran intensnya”.

Intensitas dapat diartikan bahwa keadaan atau kegiatan yang dilakukan seseorang beberapa kali bahkan hingga sering dan dapat diukur dengan melihat keadaan atau kegiatan tersebut berulang kali. Dalam penelitian ini intensitas konsumen menjadi salah satu karakteristik konsumen yang diteliti.

#### 6) Tujuan

Nugroho J. Setiadi (2003) berpendapat bahwa, “ Tujuan individu konsumen adalah pemenuhan kebutuhan dan kepuasan.”

Setiap konsumen memiliki tujuan yang berbeda-beda. Tujuan ini dapat dilihat dari latar belakang konsumen tersebut. Dari observasi, peneliti melihat konsumen memiliki tujuan yang berbeda-beda terhadap kunjungan ke *ice cream* mulai dari keinginan untuk menikmati *ice cream* hingga untuk berfoto dan berinteraksi dengan teman maupun keluarga.

#### c. Motivasi Konsumen

Nugroho J. Setiadi (2003:26) berpendapat bahwa, “ Pemberi daya penggerak yang menciptakan kegairahan seseorang agar mereka

mau bekerja sama, bekerja efektif, dan terintegrasi dengan segala upayanya untuk mencapai kepuasan”.

Nugroho J. Setiadi (2003:26) menyatakan bahwa dalam kehidupan sehari-hari, motivasi dapat diartikan sebagai sesuatu yang mendorong seseorang untuk berperilaku tertentu. Motivasi umum bersangkutan dengan upaya ke arah setiap tujuan, fokus ke tujuan individual agar mencerminkan minat tunggal dalam perilaku yang berkaitan dengan hal tersebut.

Edwin B. Flippo didalam Nugroho J. Setiadi (2003:26) menyatakan bahwa, “ Motivasi adalah suatu keahlian, dalam mengarahkan pegawai dan organisasi agar mau bekerja secara berhasil, sehingga keinginan para pegawai & tujuan organisasi sekaligus tercapai”.

Etta dan Sopiah (2008:154) berpendapat bahwa, “ Motivasi adalah daya pendorong yang mengakibatkan seorang anggota mau dan rela untuk menggerakkan kemampuan dalam bentuk keahlian tau keterampilan, tenaga, dan waktunya untuk menyelenggarakan berbagai kegiatan yang menjadi tanggung jawabnya dan menunaikan kewajibannya, dalam rangka pencapaian tujuan dan berbagai sasaran organisasi yang telah ditentukan sebelumnya”.

Pendapat para ahli dapat diartikan bahwa motivasi konsumen adalah sesuatu yang mendorong seseorang untuk berperilaku tertentu. Motivasi konsumen dari observasi, peneliti melihat konsumen memiliki motivasi yang berbeda-beda terhadap kunjungan ke *ice cream* mulai dari keinginan untuk menikmati *ice cream* hingga untuk *upload* ke



media sosial dan bertemu serta bernostalgia bersama teman maupun keluarga.

d. Tujuan Motivasi Konsumen

Nugroho J. Setiadi dalam Etta & Sopiah (2008) menyatakan bahwa, “ Tujuan individu konsumen adalah pemenuhan kebutuhan dan kepuasan”. Nugroho J. Setiadi (2003:30) berpendapat bahwa, “ Motivasi konsumen bertujuan untuk meningkatkan kepuasan, mempertahankan loyalitas, efisiensi, efektivitas, menciptakan suatu hubungan yang harmonis antara produsen atau penjual dan pembeli atau konsumen”.

Tujuan motivasi konsumen adalah untuk pemenuhan kebutuhan, meningkatkan kepuasan dan menciptakan suatu hubungan yang baik antara penjual dan pembeli. Tujuan motivasi konsumen dari observasi, peneliti melihat konsumen memiliki tujuan motivasi yang berbeda-beda terhadap kunjungan ke *ice cream* mulai dari keinginan untuk merasakan rasa *ice cream* yang bermacam-macam, keinginan untuk menikmati *ice cream* yang menjadi favorit hingga untuk *upload* ke media sosial dengan berfoto dan bertemu serta bernostalgia bersama teman maupun keluarga.

e. Keputusan Pembelian Konsumen

Menurut Nugroho J. Setiadi (2003:341) suatu keputusan (*decision*) melibatkan pilihan diantara dua alternatif tindakan atau perilaku. Keputusan selalu mensyaratkan pilihan di antara beberapa perilaku yang berbeda. Schiffman dan Kanuk dalam Sopiah (2013:120)

mendefinisikan keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih.

Setiadi dalam Etta dan Sopiah (2013:121) mendefinikan bahwa pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih dan memilih salah satu diantaranya. Penjelasan para ahli diatas dapat diartikan bahwa semua perilaku sengaja dilakukan pada keinginan yang dihasilkan ketika konsumen secara sadar memilih salah satu diantara tindakan alternatif yang ada dengan cara menimbang ulang keputusannya.

### 3. *Ice Cream*

#### a. Pengertian *Ice Cream*

Ani Faridah dkk (2008:534) mengatakan bahwa, “es krim (*ice cream*) adalah makanan yang mengandung lemak, protein, karbohidrat, vitamin, dan mineralmineral lain yang berguna.” Es krim adalah sejenis makanan semi padat yang dibuat dengan cara pembekuan tepung es krim atau campuran susu, lemak hewani maupun nabati, gula, dan dengan atau tanpa bahan makanan lain yang diizinkan. Es krim terdiri dari 62 – 68% air, 32 – 38% bahan padat, dan udara. Es krim buah dan sorbet yang bahannya jus buah dapat dipergunakan untuk keperluan diet.

Menurut Prihastuti E,. dkk (2008:321) *Ice cream* adalah produk yang banyak digemai oleh semua golongan usia. *Ice cream* merupakan jenis hidangan yang mempunyai banyak variasi. Dapat dihidangkan tanpa pendamping atau dipadukan

dengan satu atau lebih pendamping. Jenis pendamping yang bisa dipadukan dengan *ice cream* adalah *cream*, *biscuit*, buah-buahan (segar, siap saji, puree, dan manisan), *meringue*, *cake*, *syrup*, dan coklat.

*Ice cream* merupakan sebuah produk hidangan yang mempunyai banyak variasi dan dibuat dari bahan-bahan seperti buah-buahan, susu dan lainnya lalu dibekukan sebelum dikonsumsi. Suhu yang dingin dan tekstur yang lembut membuat *ice cream* digemari semua orang dari berbagai usia.

b. Macam-macam *Ice Cream*

Menurut Ani Faridah (2008:535) Es krim dapat dibedakan berdasarkan komposisi dan kandungannya. Komponen terpenting dari es krim adalah lemak susu dan susu skim. Es krim dapat dikelompokkan dalam tiga kategori yakni ekonomis atau standar, good average atau premium, dan deluxe atau super premium. Perbedaan ketiga jenis tersebut berdasarkan kandungan lemak dan komponen lainnya.

c. Bahan-bahan Ice Cream

Bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan ice cream menurut Ani Faridah (2008:536) yaitu :

1) Susu cair atau susu bubuk

Susu cair atau susu bubuk digunakan sebagai sumber padatan susu yaitu protein, laktosa dan lemak. Bahan-bahan yang dapat digunakan sebagai sumber padatan susu adalah susu segar, susu skim, susu bubuk full cream, atau susu bubuk skim.

## 2) Lemak susu

Lemak susu digunakan krim yang berkadar lemak sekitar 20-50% atau butter oil. Krim atau butter oil yang digunakan harus diketahui dengan pasti kadar lemaknya agar dapat dihitung jumlah bahan yang dibutuhkan untuk mencukupi kadar lemak yang dikehendaki sesuai dengan formula. Fungsi lemak untuk memberi tekstur halus, berkontribusi dengan rasa serta memberi efek sinergis pada tambahan flavor yang digunakan.

## 3) Gula

Gula yang sering digunakan untuk membuat es krim adalah gula pasir (sukrosa), HFS (high fructose Syrup) atau kombinasi keduanya. Gula berfungsi memberikan rasa manis disamping juga turut membentuk body/kekentalan atau tesktur. Banyaknya gula yang digunakan sekitar 15%.

## 4) Stabilizer

Stabilizer digunakan dengan tujuan untuk memperoleh tekstur es krim yang halus yaitu menjaga air di dalam es krim agar tidak membeku benar dan mengurangi kristalisasi es/kristal es yang besar/kasar. Stabiliser yang sering digunakan dalam pembuatan es krim dan frozen dessert lainnya adalah CMC (carboxymethyl cellulose), gelatin, alginat, karagenan, gum arab, dan pektin. Penggunaan stabiliser dalam pembuatan es krim sekitar 0.5%.

#### 5) Emulsifier

Emulsifier digunakan untuk memperbaiki tekstur es krim yang merupakan campuran air dan lemak. Dengan emulsifier adonan es krim yang merupakan sistem emulsi minyak dalam air dapat diperbaiki stabilitasnya. Emulsifier yang sering digunakan dalam pembuatan es krim antara lain lesitin (dalam kuning telur) dan monogliserida. Penggunaan emulsifier sekitar 0.1%.

#### 6) Pemberi rasa

Rasa pada es krim merupakan kombinasi antara cita rasa dan bau, yang diciptakan untuk memenuhi selera konsumen, sehingga produsen menggunakan perasa (*flavor*) ditambahkan untuk memperoleh citarasa tertentu. *Flavor* yang sering digunakan dalam pembuatan es krim antara lain : vanilla, coklat, moca, buah-buahan, dan kacang. Vanila dan coklat dapat langsung ditambahkan dalam adonan es krim.

#### 7) Pewarna

Penambahan pewarna dalam pembuatan es krim adalah untuk memperoleh warna tertentu. Pewarna yang ditambahkan harus "*food grade*". Es krim yang paling banyak digunakan adalah es krim vanilla, coklat, moka, arbei dan es krim buah. Susu dapat dimasak tersendiri, tetapi untuk mendapatkan rasa/selera yang lebih enak dapat dilakukan dengan cara memasak semua bahan secara bersama sampai campuran tersebut mulai mengental dan selanjutnya didinginkan. Hindari perebusan

yang berlebihan, karena akan menyebabkan telur bergumpal (matang) jika menggunakan telur.

Dalam pembuatan *ice cream* bahan-bahan yang digunakan adalah susu cair atau bubuk, lemak susu, gula, stabilizer, emulsifier, pemberi rasa dan pewarna. Semua komponen bahan pembuat *ice cream* memiliki fungsinya masing-masing seperti susu menjadi sumber padatan pada *ice cream*, lemak susu sebagai penghalus tekstur *ice cream*, gula sebagai pemanis, stabilizer sebagai penyeimbang antara kebekuan air dan tekstur yang dihasilkan, emulsifier berfungsi sebagai pemberi tekstur pada *ice cream*, pemberi rasa berfungsi untuk memberikan rasa yang bervariasi pada *ice cream*, dan pewarna berfungsi sebagai pewarna dari produk *ice cream* agar terlihat menarik untuk dikonsumsi konsumen.

#### 4. Kualitas Pelayanan

##### a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (2001:83) layanan merupakan interaksi sosial secara subyektif dan sangat bergantung pada perasaan dan perilaku. Goetsh dan Davis yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2006) mendefinisikan kualitas sebagai berikut: “kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, alam dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.” Dari definisi kualitas tersebut terdiri dari elemen-elemen, yaitu:

- 1) Kualitas meliputi usaha memenuhi kebutuhan.
- 2) Kualitas mencakup produk, jasa, manusia dan lingkungan.

3) Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah.

Kualitas pelayanan dikatakan baik apabila penyedia jasa memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen. Demikian juga sebaliknya kualitas pelayanan dikatakan jelek, apabila pelanggan memperoleh pelayanan yang lebih rendah dari harapan mereka.

b. Dimensi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan mutu dari suatu perusahaan di mata konsumen. Apabila kualitas yang diberikan sudah sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen maka hal ini akan menambah tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk yang dipakai. Menurut Parasuraman (2001:32) lima dimensi kualitas pelayanan yang digunakan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

1) Bukti Langsung atau produk fisik (*tangible*)

Bukti langsung atau *tangible* adalah salah satu sumber yang mempengaruhi kepuasan dan harapan pada pelanggan yang dapat dilihat dari fasilitas fisik. Fasilitas fisik meliputi, perlengkapan, sarana, komunikasi dan lain-lain.

2) Keandalan (*reliability*)

Keandalan yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan pada konsumen dengan tepat dan kemampuan untuk dipercaya (*dependably*), Terutama memberikan jasa secara tepat waktu (*on time*), dengan cara yang sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan, dan tanpa melakukan kesalahan.



3) Daya tanggap (*responsiveness*)

Daya tanggap yaitu keinginan karyawan membantu konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap, cepat serta memuaskan. Beberapa contoh diantaranya : ketepatan waktu pelayanan, pengiriman slip transaksi secepatnya, kecepatan menghubungi kembali pelanggan, dan penyampaian layanan secara cepat.

4) Jaminan (*assurance*)

Jaminan perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan meliputi pengetahuan, kemampuan, keramahan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya dapat menghilangkan sifat keragu-raguan dan membuat konsumen merasa terbebas dari bahaya dan risiko.

5) Empati (*empathy*)

Empati berarti perusahaan memahami kebutuhan dan masalah para konsumen dan memberikan perhatian kepada pelanggan. Perusahaan dapat berkomunikasi dengan baik pada konsumen dan mendengarkan saran dan keluhan konsumen terhadap perusahaan.

Dimensi dalam kualitas pelayanan terbagi menjadi 5 yaitu bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Bukti langsung dapat dilihat dan dirasakan konsumen melalui fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan dan sarana komunikasi. Keandalan dari kualitas pelayanan dapat di lihat dari menepati apa yang dijanjikan dari pihak gerai, baik mengenai pengantaran, pemecahan masalah, pemotongan harga dan harga. Daya tanggap dari pelayanan ketepatan waktu pelayanan,

pengiriman slip transaksi secepatnya, kecepatan menghubungi kembali pelanggan, dan penyampaian layanan secara cepat. Jaminan akan dilayani oleh karyawan yang memiliki kemampuan dan pengetahuan yang baik tentang produk atau jasa yang dijual oleh produsen serta kesopanan terhadap konsumen. Empati dalam kualitas pelayanan dapat dilihat dari hubungan yang baik antara produsen ke konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan konsumen.

#### c. Jenis-jenis Pelayanan

Menurut Fandy Tjiptono (2006:127) terdapat berbagai macam kategori atau jenis unsur pelayanan yang diantaranya sebagai berikut :

- 1) Informasi, misalnya jalan/ arah menuju lokasi produsen, jadwal penyampaian produk, harga, instruksi, dokumentasi, konfirmasi, reservasi tiket, dll.
- 2) Konsultasi, seperti pemberian saran, konseling pribadi dan konseling manajemen/ teknis.
- 3) *Order taking*/pemesanan, meliputi aplikasi/ pendaftaran keanggotaan tertentu, jasa berbasis kualifikasi, *order entry* dari reservasi.
- 4) *Hospitality*/keramah-tamahan, meliputi sambutan, foods dan beverages, toilet, perlengkapan kamar mandi, fasilitas menunggu transportasi dan keamanan.
- 5) *Caretaking*, terdiri dari perhatian dan perlindungan atas barang yang dimiliki pembeli yang mereka bawa serta perhatian dan perlindungan atas barang yang dibeli konsumen.

- 6) *Exception*/pengecualian, meliputi permintaan khusus sebelum penyampaian produk, menangani komplain/ pujian/ saran, pemecahan masalah dan restitusi (pengembalian uang, kompensasi, dsb).
- 7) *Billing*/pengajuan rekening, meliputi laporan rekening periodik faktur, untuk transaksi individual, laporan verbal mengenai jumlah rekening.
- 8) Pembayaran dalam bentuk pembayaran swalayan oleh konsumen, konsumen berinteraksi dengan personil perusahaan yang menerima pembayaran, pengurangan otomatis atas rekening konsumen.

Beberapa jenis pelayanan antara lain, informasi, konsultasi, pemesanan, *hosptality*, *caretaking*, pengecualian, pengajuan rekening dan pembayaran. Dalam penelitian ini jenis pelayanan yang digunakan adalah *hospitality service* atau keramah-tamahan yang bergerak dibidang *food and baverage* pada gerai *ice cream* di Yogyakarta.

## 5. Kepuasan Konsumen

### a. Pengertian Kepuasan Konsumen

Menurut Wika R. (2008:126) kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan perbedaan antara harapan (*expectations*) dan kinerja yang dirasakan (*perceived performance*). Kepuasan konsumen berarti kinerja suatu produk sekurang-kurangnya sama dengan yang diharapkan.

Persaingan yang sangat ketat, dengan semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen menyebabkan setiap perusahaan harus mampu menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang

menyertakan komitmen terhadap kepuasan pelanggan. Karena untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan pelanggan melalui penyampaian produk berkualitas dengan harga bersaing. Kepuasan konsumen dapat ditunjukkan melalui sikap konsumen pada pembelian.

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler (2001:10) konsep pengukuran kepuasan konsumen yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu:

1) Kualitas Produk

Kualitas produk lebih ditekankan pada produk-produk yang menggunakan bahan yang berkualitas.

2) Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan berkaitan dengan layanan yang diberikan kepada konsumen sesuai dengan harapannya. Ada empat pendekatan yang dapat meningkatkan kualitas pelayanan yaitu memperkecil kesenjangan antara pihak manajemen dengan pelanggan, manajemen mampu berkomitmen untuk menciptakan visi dan proses layanan, memberikan kesempatan pada konsumen untuk memberikan masukan dan kritik, dan mengembangkan serta menerapkan *accountable*, *proactive*, dan *partnership marketing* sesuai situasi pemasaran.

3) Emosional

Tingkat kepuasan secara emosional bukan karena kualitas produk tetapi lebih kepada produk yang dapat menaikkan *prestige* seseorang

sehingga akan berakibat pelanggan menjadi puas terhadap produk tersebut

#### 4) Harga

Harga sangat menentukan tingkat kepuasan dengan kualitas yang sama bagusnya tetapi menawarkan dengan harga murah akan banyak kepuasan yang diterima.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional dan harga. Kualitas produk memiliki peran penting dalam penentuan kualitas pelayanan karena konsumen mengharapkan kualitas yang baik dari produk yang dibeli agar kepuasan konsumen tercapai. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen karena didalam kepuasan konsumen keramah-tamahan pelayanan serta cepat tanggap dari pelayanan merupakan pelayanan yang diharapkan konsumen. Emosional merupakan faktor yang berpengaruh terhadap perasaan konsumen untuk merasa puas atau tidaknya terhadap sesuatu. Harga merupakan salah satu faktor penting karena harga menjadi beban atas suatu produk tersebut.

#### B. Penelitian yang Relevan

1. Indra Wahyu Dianto (2013) dengan judul “Analisis Kepuasan Konsumen *Waroeng Steak & Shake*”. Hasil penelitian ini adalah hasil kepuasan pelanggan pada kualitas pelayanan ditinjau dari daya tanggap masih tergolong sedang dan pada semua aspek termasuk kedalam tingkat kepuasan yang puas.

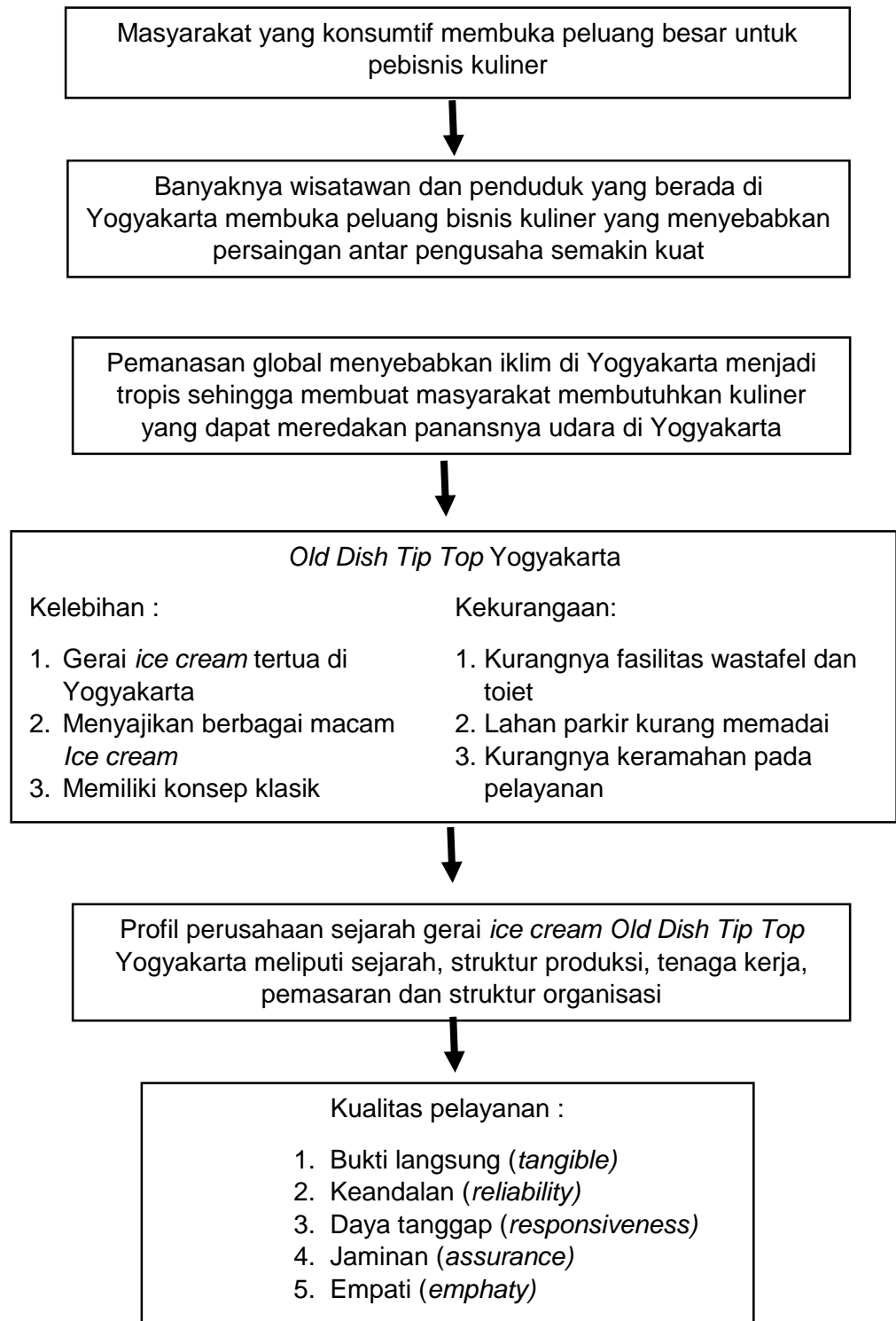
2. Ardina Hariasari (2015) dengan judul “Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Restaurant Nikkou Ramen Yogyakarta”. Hasil penelitian ini adalah tingkat kepuasan konsumen terhadap produk Nikkou Ramen Yogyakarta dari faktor kualitas produk terdiri dari *cinformance*, pelayanan, estetika, *perceived quality* dan dari faktor kualitas jasa terdiri dari *responsiveness*, *assurance*, *empathy*. Faktor yang paling dominan terhadap kepuasan konsumen di Nikkou Ramen adalah dari kualitas jasa yaitu *responsiveness*.
3. Fajar Dwi Safitri (2016) dengan judul “ Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan di *Bowling Fruit Bar* Yogyakarta”. Hasil penelitian ini adalah hasil kepuasan pelanggan nilai rata-rata harapan lebih tinggi dari kenyataan dan menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan di tempat ini belum puas.

#### C. Kerangka Pikir

Profil adalah gambaran tentang sejarah dan data dari suatu perusahaan atau bisnis. Karakteristik merupakan ciri khas dari suatu benda atau seseorang yang berupa bentuk, rasa, jenis kelamin, usia, pekerjaan, tempat tinggal dan sebagainya. Gerai *ice cream* di Yogyakarta mempunyai daya tarik yang diinginkan pelanggan atau konsumen dengan memiliki karakteristik tersendiri mulai dari interior hingga produk serta untuk perusahaan harus lebih melihat dan mendata sasaran pasar dengan karakteristik yang beragam.

Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen salah satunya adalah pelayanan. Faktor tersebut dapat didata dan hitung sehingga perusahaan *ice cream* dapat melihat serta mengetahui tingkat kepuasan

konsumen terhadap pelayanan. Kerangka pikir tersebut dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Pikir



### BAB III

#### METODE PENELITIAN

##### A. Jenis Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan di gerai *ice cream* merupakan penelitian jenis survei yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengumpulkan informasi yang dilakukan dengan cara menyusun daftar pertanyaan yang diajukan ke responden (V.Wiratna, 2014:8).

Jenis penelitian ini yaitu deskriptif kuantitatif, data yang dihasilkan dalam penelitian ini adalah data yang berupa angka. Analisis deskriptif berusaha untuk menggambarkan berbagai karakteristik data yang berasal dari suatu sample (V.Wiratna, 2014:46). Sugiyono (2016:26) menyatakan bahwa penelitian kuantitatif merupakan proses penelitian bersifat linier dimana langkah-langkahnya jelas, mulai dari rumusan masalah, berteori, berhipotesis, mengumpulkan data, analisis data dan membuat kesimpulan serta saran.

##### B. Tempat dan Waktu Penelitian

###### 1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di gerai *ice cream* di Yogyakarta yaitu *Old Dish TipTop* di Jalan Prof. Yohanes Yogyakarta. *Old Dish Tip Top* merupakan gerai *ice cream* pertama yang berdiri di Yogyakarta sejak tahun 1936, gerai ini tetap berdiri hingga saat ini dan menjadi salah satu *icon ice cream* di Yogyakarta.

###### 2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan pada bulan Februari 2017 hingga Agustus 2017

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Menurut Sugiyono (2016:117) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Menurut V.Wiratna (2014:65) populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah Manager dan Konsumen *Old Dish TipTop*. Populasi *Old Dish TipTop* per hari  $\pm 33$  konsumen sehingga perbulannya mencapai  $\pm 1000$  konsumen yang berkunjung ke gerai *Old Dish TipTop*.

### 2. Sampel

Sugiyono (2016:118) mengatakan bahwa, "Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut". Menurut V.Wiratna (2014:65) sample adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Dalam penelitian ini sample yang digunakan adalah manager dan konsumen *Old Dish TipTop*.

Berdasarkan data per hari yang didapat berjumlah  $\pm 33$  konsumen. Untuk menentukan jumlah sampel dari 33 orang pengunjung *Old Dish TipTop* menggunakan tabel dari Isac dan Michael (Sugiono, 2008:128) dengan taraf signifikan 5% kepercayaan terhadap populasi. setelah melihat tabel Isac dan Michael dari populasi sebanyak  $\pm 1000$  konsumen maka

diperoleh jumlah sampel sebanyak 32 konsumen. Dalam penelitian ini penentuan sample termasuk dalam *nonprobability sampling* yaitu sampling insidental. Sampling insidental merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sample (V.Wiratna, 2014:72).

#### D. Definisi Operasional Variable Penelitian

Definisi operasional adalah istilah yang berhubungan dengan variabel penelitian. Variabel dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen pada kualitas pelayanan di gerai *ice cream Old Dish TipTop*. Definisi operasional yang dimaksud adalah sebagai berikut :

##### 1. Profil Perusahaan

Profil perusahaan adalah gambaran dari suatu konsep yang telah diamati dan merupakan fakta tentang hal-hal dari perusahaan. Profile perusahaan dapat diukur dengan wawancara. Wawancara tersebut dijawab dan dijelaskan oleh populasi. Profil perusahaan meliputi sejarah perusahaan dan struktur-struktur profil perusahaan seperti produksi, tenaga kerja, pemasaran dan organisasi .

##### 2. Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Pelayanan

Kepuasan konsumen adalah hasil evaluasi perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah seseorang tersebut membandingkan antara persepsi yang dirasakan terhadap kinerja dan produk yang diharapkan. Untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen

pada pelayanan di *Old Dish TipTop* Yogyakarta mencakup lima dimensi, yaitu: *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*.

#### E. Teknik dan Instrumen Penelitian

##### 1. Teknik Pengumpulan Data

Cara yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik pengumpulan data, yaitu sebagai berikut:

###### a. Wawancara

Sutrisno Hadi (1986) yang dikutip Sugiyono (2016) mengemukakan bahwa anggapan yang perlu dipegang oleh peneliti dalam menggunakan metode interview dan juga kuesioner (angket) adalah subyek (responden) adalah orang yang paling tahu tentang dirinya sendiri, apa dinyatakan oleh subyek kepada peneliti adalah benar dan dapat dipercaya.

###### b. Observasi

Metode ini digunakan untuk mengamati langsung lokasi konsep, fasilitas serta jenis makanan dan minuman apa saja yang terdapat di *Old Dish TipTop* Yogyakarta.

###### c. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2016:199) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Metode ini berisi sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi tentang karakteristik konsumen atau pelanggan.

#### d. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu metode pengumpulan data dengan melihat dan mencatat dokumen-dokumen yang terdapat dalam perusahaan. Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data mengenai sejarah perusahaan, serta data lain tentang gambaran umum gerai *ice cream Old Dish TipTop* Yogyakarta.

### 2. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2006:102) instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur variabel dalam penelitian. Instrumen disusun berdasarkan indikator-indikator yang diturunkan dari kajian-kajian teoritik. Indikator-indikator tersebut kemudian disusun menjadi kisi-kisi yang selanjutnya dijabarkan kedalam butir-butir pertanyaan .

Instrumen dalam penelitian ini menggunakan angket dengan skala *Likert* untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2016:134). Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban dapat diberi skor, misalnya Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS), keempat penilaian diberikan bobot sebagai berikut:

- a. Jawaban Sangat Setuju diberikan bobot 4
- b. Jawaban Setuju diberikan bobot 3
- c. Jawaban Tidak Setuju diberikan bobot 2
- d. Jawaban Sangat Tidak Setuju diberikan bobot 1

Sumber data yang diperoleh dari manajer dan konsumen atau pelanggan di gerai *ice cream Old Dish TipTop* Yogyakarta. Berikut ini

merupakan kisi-kisi instrumen angket dan pedoman wawancara pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 2 dan 3 berikut:

Tabel 1. Kisi-kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Sub Variable	Indikator	Deskriptif	No. Item
Kepuasan konsumen pada pelayanan di <i>OldDish Tip Top</i>	Bukti langsung ( <i>Tangible</i> )	1. Fasilitas yang disediakan	a. Kebersihan ruangan b. Ketersediaan wifi, pendingin ruangan, musik c. Ketersediaan westafel dan tisu d. Kebersihan toilet e. Ketersediaan tempat parkir dan lokasi gerai f. Penampilan pramusaji	1,2 3,4  5,6 7,8 11,12  9,10
		2. Pramusaji		
	Keandalan ( <i>Realiability</i> )	1. Cita rasa produk	a. Aroma produk, rasa produk, tekstur produk	13,14,15
		2. Suhu, porsi, variasi hidangan dan higienitas alat	b. Penampilan produk c. Hidangan produk, alat saji dan porsi hidangan d. Variasi hidangan	16,17 18,19,20  21,22
	Daya tanggap ( <i>Responsiveness</i> )	1. Pelayanan yang benar	a. Prosedur penerimaan konsumen dengan benar dan ramah	23,24
		2. Pelayanan yang sigap dan cepat	b. Melayani pelanggan dengan cepat dan tepat c. Memberikan informasi dengan benar	25,26 27,28
	Jaminan ( <i>Assurance</i> )	Jaminan keamanan pangan	a. Bahan produk aman dan sehat	29,30
			b. Pengetahuan karyawan c. Keramahan dan kesopanan karyawan	31,32 33,34
	<i>Empati (Emphaty)</i>	Perhatian individu	a. Perhatian terhadap keluhan	35,36,37

Tabel 2. Pedoman wawancara

Bagian	Pertanyaan
<b>Sejarah</b>	Jelaskan mengenai sejarah dan latar belakang perusahaan
	Kapan perusahaan ini didirikan?
	Siapa yang mendirikan perusahaan ini?
	Apa visi misi dari perusahaan ini?
<b>Perusahaan</b>	Apakah tujuan dari dirikannya perusahaan ini?
	Strategi-strategi apa saja yang digunakan dan diterapkan perusahaan saat ini, terkait dengan kegiatan bisnis yang dijalankan?
<b>Produk</b>	Produk apa yang di tawarkan?
	Apakah ada kendala dalam bahan baku?
<b>Struktur profil</b>	Dapatkah anda jelaskan mengenai struktur organisasi perusahaan yang ada saat ini?
	Bagaimana struktur tenaga kerja di perusahaan ini?
	Bagaimana struktur produksi di perusahaan ini?
	Bagaimana struktur pemasaran di perusahaan ini?
	Berapakah jumlah karyawan yang dimiliki perusahaan saat ini?
	Tolong jelaskan dalam setiap bagian yang ada, serta peranannya dalam bagian tersebut?
<b>Konsumen</b>	Siapa sajakah pelanggan dari perusahaan ini?
	Menurut anda, apa yang dapat menjadi alasan dari pelanggan tersebut memilih perusahaan ini dibanding perusahaan yang lain (pesaing)?

Pedoman wawancara merupakan gambaran secara garis besar untuk pertanyaan yang akan diajukan kepada narasumber dan mendapatkan data serta informasi perusahaan atau orang yang diwawancarai.

#### F. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Validitas dan reliabilitas dilakukan sebelum penelitian. Dalam validitas dan reliabilitas instrumen ini digunakan sebagai panduan dalam membuat kuesioner. Menurut Ibnu Hajar dalam V. Wiratna (2014:79), kualitas instrumen penelitian ditentukan oleh dua kriteria utama yaitu validitas dan reliabilitas.

## 1. Uji Validitas

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti (Sugiyono, 2016:363). Data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian.

Pengujian validitas instrumen menggunakan analisis butir yaitu dengan cara mengkorelasi skor setiap butir dengan skor totalnya sehingga dapat diperoleh indeks validitas tiap butir rumus korelasinya menggunakan teknik korelasi *product moment*. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan korelasi *product moment* dengan rumus sebagai berikut :

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

(V. Wiratna, 2014:83)

Untuk uji coba validitas instrumen dalam penelitian ini menggunakan teknik korelasi *product moment pearson* dengan bantuan program SPSS versi 16. Adapun kriteria pengambilan keputusan untuk menentukan valid atau tidaknya instrumen penelitian adalah jika *r* hitung sama atau sama dengan atau lebih besar dari *r* tabel pada taraf signifikan 5%, maka butir instrumen yang dimaksud adalah valid. Sebaliknya jika *r* hitung lebih kecil dari *r* tabel maka instrumen yang dimaksud tidak valid. Butir instrumen yang tidak valid tidak digunakan dalam penelitian selanjutnya dianggap gugur.

Pengujian validitas dan reliabilitas instrumen data angket diuji cobakan kepada 30 orang responden yang merupakan konsumen dari *Old Dish Tip Top* Yogyakarta. Butir instrumen dikatakan valid apabila harga



koefisien lebih besar atau sama dengan harga korelasi (r) tabel dengan taraf signifikan  $\alpha = 5\%$ . Harga koefisien korelasi  $N=28$  pada taraf signifikan  $5\%$  r tabel = 0,3610. Setelah melakukan uji coba validitas dan reliabilitas instrumen diperoleh hasil data dan dapat dilihat pada tabel 3 dan 4.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Harapan

Variabel	Indikator	R hitung	R tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0.458	0.3610	Valid
	X1.2	0.688	0.3610	Valid
	X1.3	0.692	0.3610	Valid
	X1.4	0.575	0.3610	Valid
	X1.5	0.614	0.3610	Valid
	X1.6	0.634	0.3610	Valid
	X1.7	0.711	0.3610	Valid
	X1.8	0.707	0.3610	Valid
	X1.9	0.757	0.3610	Valid
	X1.10	0.766	0.3610	Valid
	X1.11	0.588	0.3610	Valid
	X1.12	0.673	0.3610	Valid
	X1.13	0.795	0.3610	Valid
	X1.14	0.717	0.3610	Valid
	X1.15	0.573	0.3610	Valid
	X1.16	0.683	0.3610	Valid
	X1.17	0.513	0.3610	Valid
	X1.18	0.880	0.3610	Valid
	X1.19	0.844	0.3610	Valid
	X1.20	0.791	0.3610	Valid
	X1.21	0.527	0.3610	Valid
	X1.22	0.538	0.3610	Valid
	X1.23	0.671	0.3610	Valid
	X1.24	0.785	0.3610	Valid
	X1.25	0.718	0.3610	Valid
	X1.26	0.794	0.3610	Valid
	X1.27	0.655	0.3610	Valid
	X1.28	0.701	0.3610	Valid
	X1.29	0.684	0.3610	Valid
	X1.30	0.626	0.3610	Valid
	X1.31	0.602	0.3610	Valid
	X1.32	0.629	0.3610	Valid
	X1.33	0.733	0.3610	Valid
	X1.34	0.657	0.3610	Valid
	X1.35	0.561	0.3610	Valid
	X1.36	0.550	0.3610	Valid
	X1.37	0.673	0.3610	Valid

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa variabel harapan valid karena nilai r hitung lebih dari nilai r tabel yaitu 0,3610. Hasil uji coba validitas kenyataan dapat dilihat pada tabel 4

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Kenyataan

Variabel	Indikator	R hitung	R tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0.583	0.3610	Valid
	X1.2	0.594	0.3610	Valid
	X1.3	0.455	0.3610	Valid
	X1.4	0.342	0.3610	Tidak Valid
	X1.5	0.353	0.3610	Tidak Valid
	X1.6	0.489	0.3610	Valid
	X1.7	0.374	0.3610	Valid
	X1.8	0.526	0.3610	Valid
	X1.9	0.547	0.3610	Valid
	X1.10	0.442	0.3610	Valid
	X1.11	0.226	0.3610	Tidak Valid
	X1.12	0.505	0.3610	Valid
	X1.13	0.379	0.3610	Valid
	X1.14	0.501	0.3610	Valid
	X1.15	0.742	0.3610	Valid
	X1.16	0.675	0.3610	Valid
	X1.17	0.595	0.3610	Valid
	X1.18	0.682	0.3610	Valid
	X1.19	0.703	0.3610	Valid
	X1.20	0.452	0.3610	Valid
	X1.21	0.642	0.3610	Valid
	X1.22	0.544	0.3610	Valid
	X1.23	0.417	0.3610	Valid
	X1.24	0.601	0.3610	Valid
	X1.25	0.679	0.3610	Valid
	X1.26	0.520	0.3610	Valid
	X1.27	0.572	0.3610	Valid
	X1.28	0.730	0.3610	Valid
	X1.29	0.707	0.3610	Valid
	X1.30	0.634	0.3610	Valid
	X1.31	0.428	0.3610	Valid
	X1.32	0.642	0.3610	Valid
	X1.33	0.467	0.3610	Valid
	X1.34	0.139	0.3610	Tidak Valid
	X1.35	0.319	0.3610	Tidak Valid
	X1.36	0.525	0.3610	Valid
	X1.37	0.656	0.3610	Valid

Dari tabel diatas disimpulkan bahwa pada butir pernyataan 4,5,11,34 dan 35 dinyatakan tidak valid. Hal ini dikarenakan harga koefisien kelima pernyataan tersebut lebih kecil dari harga korelasi yaitu 0,361. Harga korelasi 0,342 untuk pernyataan 4, harga korelasi 0,353 untuk pernyataan 5, 0,226 untuk pernyataan 11, 0,139 untuk pernyataan 34 dan 0,319 untuk pernyataan 35. Dari hasil tersebut ke lima butir pernyataan dinyatakan tidak valid atau gugur.

## 2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas instrument menurut sugiyono dalam wiratna (2014 : 84) dapat dilakukan secara eksternal dan internal. Secara eksternal, pengujian dilakukan dengan test-retest (stability), ekuivalen, dan gabungan keduanya. Secara internal pengujian dilakukan dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrument dengan teknik-teknik tertentu.

Analisis yang digunakan dalam penelitian menggunakan perhitungan reliabilitas *Cronbach's Alpha* melalui bantuan komputer program SPSS for windows versi 16.0. Hasil r hitung dibandingkan dengan r table dimana  $df=n-2$  dengan signifikan 5%. Jika  $r \text{ tabel} < r \text{ hitung}$  maka valid. Sebaliknya jika  $r \text{ tabel} > r \text{ hitung}$ , maka instrumen yang dimaksud tidak valid. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika  $\alpha > 0,60$  maka reliabel. Dengan rumus sebagai berikut :

$$r \left[ \frac{k}{(k-1)} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

r = koefisien reliability instrument (cornbach alfa)

$k$  = banyaknya butir per tan yaan

$\sum \sigma_b^2$  = total varian butir

$\sigma_t^2$  = total varian

( V. Wiratna, 2014:85)

Tabel 5. Hasil Pengujian Reliabilitas Harapan

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.754	38

Tabel 6. Hasil Pengujian Reliabilitas Kenyataan

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.743	38

Sumber : Data Primer Diolah (2017)

Berdasarkan tabel 5 dan 6 diatas menunjukkan bahwa variabel mempunyai koefisien Alpha yang cukup besar yaitu diatas 0,6 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing indikator dari kuesioner adalah reliabel yang berarti kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang teruji.

Setelah dilakukan uji reliabilitas diperoleh hasil reliabilitas dengan tingkat keakuratan yaitu sebesar 0,70. Dengan demikian instrumen kualitas pelayanan memenuhi syarat untuk digunakan dalam penelitian.

#### G. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari reponden terkumpul (dalam penelitian kuantitatif). Analisis adalah kegiatan

pengeditan data, pengkodean data, mentabulasi data dan menyajikan data sehingga data lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan (Achmad, 2013:61). Jenis data terbagi menjadi dua yaitu data kuantitatif dan kualitatif. Data kuantitatif adalah data yang berupa data angka. Data kualitatif adalah deskriptif atau *statistic inferensial* menggunakan rumus-rumus matematika terapan sedangkan data kualitatif di analisis secara deskriptif menggunakan rangkaian kalimat-kalimat yang telah dikelompokkan berdasarkan tema-temanya.

Analisis data dapat dilakukan setelah data diperoleh dan terkumpul dari responden. Berdasarkan sifat dan jenis data yang diperlukan, maka teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif .

Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja pelaksana dengan skor kepentingan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan tingkat prioritas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Analisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan dengan rumus Supranto (2011) adalah sebagai berikut:

$$TK_i = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

Tk<sub>i</sub> = Tingkat kesesuaian responden

X<sub>i</sub> = Skor penilaian kenyataan

Y<sub>i</sub> = Skor penilaian harapan

Apabila hasil perhitungan tingkat kesesuaian kurang dari 100% maka dapat dikatakan pelanggan belum puas. Jika hasilnya 100% maka dapat dikatakan pelanggan tersebut puas.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Data

Pada pembahasan berikut ini akan disajikan deskripsi data yang telah diperoleh dari penelitian. Deskripsi data yang dimaksud dalam penelitian ini adalah memberikan gambaran mengenai karakteristik distributor skor dan subyek penelitian untuk masing-masing subyek yang diteliti. Jumlah responden yang dalam penelitian ini adalah 32 dari konsumen yang datang ke gerai *ice cream Old Dish TipTop* Yogyakarta.

Data pada penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara dan instrumen berupa angket yang diberikan kepada konsumen yang telah mengamati pelayanan dan mengkonsumsi produk *ice cream Old Dish TipTop* Yogyakarta. Pada bab ini akan memaparkan hasil data yang terkumpul dari aspek-aspek tersebut.

##### 1. Profil

Pada penelitian ini diperoleh hasil dari wawancara tentang profil yang meliputi sejarah gerai *ice cream Old Dish Tip Top* Yogyakarta meliputi sejarah, struktur produksi, tenaga kerja, pemasaran dan struktur organisasi.

##### a. Sejarah

*Old Dish Tip Top* merupakan perubahan nama dari *Tip Top Ice Cream*. *Tip Top Ice Cream* berdiri pada tahun 1936 yang bertempat di Jalan Mangkubumi. Usaha *ice cream* awalnya dirintis oleh Lukas Alim Kurnianto. Awal tahun 2015 *Tip Top Ice Cream* diturunkan ke generasi ke tiga dari

pendiri *Tip Top Ice Cream* yaitu Johan Paramastya dan mencoba mengembangkan usaha yang diberi nama menjadi *Old Dish Tip Top* serta berlokasi di jalan Profesor Yohanes No.52 A Sagan.

Suasana di gerai *Old Dish Tip Top* lebih modern dari yang terdahulunya walaupun nuansa klasik tetap dipertahankan di gerai *Ice Cream Old Dish Tip Top* dengan melihat *furniture*, dekorasi, hiasan serta poster lawas yang berada di dinding. Gerai yang dirintis Johan Paramastya atau cicit dari Lukas Alim Kurnianto tetap mempertahankan resep yang telah ada sejak tahun 1936. Beberapa menu asli dari *Tip Top* yang tetap diproduksi adalah *ice cream tip top* vanilla, coklat, kopyor, mocha dan rum. *Ice cream* yang diproduksi *Old Dish Tip Top* merupakan *ice cream* buatan tangan dan tekstur *ice cream tip top* tidak sehalus *ice cream* pada umumnya. Tekstur yang sedikit kasar membuat *ice cream* menjadi lebih klasik. Era globalisasi membuat *Old Dish Tip Top* membuat perkembangan untuk rasa *ice cream* seperti *green tea*, *sweet plum*, *cheese cake*, *mango*, *tutti fruity*, *mont blanc* dan *cassata*.

b. Struktur

Struktur yang diamati dalam penelitian di *Old Dish TipTop* Yogyakarta terbagi menjadi 3 yaitu :

1) Bagian Produksi

Dalam produksi, *ice cream Old Dish TipTop* Yogyakarta awalnya menggunakan jasa profesional *chef* untuk membuat menu di awal berdirinya gerai dan melakukan percobaan resep berulang kali. Pada produksi *ice cream* di *Old Dish TipTop* Yogyakarta, menggunakan proses pengolahan panas (hot) dan tradisional dengan mencampurkan

susu pasteurisasi, berbagai macam bahan pelengkap dan dipanaskan disuhu yang telah ditentukan. Setelah adonan *ice cream* tercampur dan mengental adonan dimasukkan kedalam alat pembuat *ice cream*. *Ice cream* yang telah melalui proses pencetakan dan pembekuan harus dibekukan kembali ke dalam pendingin agar mendapatkan tekstur yang lebih beku .

## 2) Bagian Tenaga Kerja

*Old Dish TipTop* Yogyakarta memiliki 11 tenaga kerja yang terbagi dalam beberapa bagian yaitu 1 sebagai manager, 1 sebagai supervisor, 3 dibagian kitchen, 3 dibagian barista dan 3 dibagian pelayanan. Jam kerja di *Old Dish TipTop* Yogyakarta terbagi menjadi 2 macam yaitu *part time* dan *full time*. *Part time* berlaku pada karyawan bagian barista dan pelayan ( *waiter*) sedangkan untuk *full time* berlaku pada *manager*, *supervisor* dan bagian *kitchen*. Dalam manajemen tenaga kerja, setiap *shift* dari 11.00-17.00 terdiri dari 1 barista, 1 pelayan, 1 *kitchen (chef)*, 1 *supervisor* . Untuk *shift* selanjutnya dari jam 17.00-23.00 juga mempunyai 1 barista, 1 pelayan, 1 *kitchen (chef)*, 1 *supervisor*.

## 3) Bagian Pemasaran

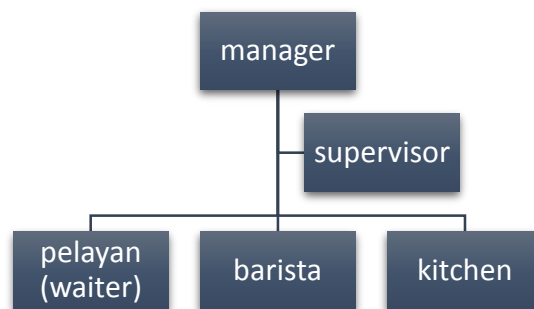
Bagian pemasaran dikelola langsung oleh manager *Old Dish TipTop* Yogyakarta melalui media online maupun media cetak. Media online seperti media sosial instagram sangat berpengaruh besar dalam berkembangnya pemasaran di era saat ini. Melalui media cetak, pemasaran dalam bentuk promosi pun tetap berpengaruh besar dengan cara memberikan *voucher diskon* yang berkerjasama dengan



perusahaan lain. Bagi pelajar dan mahasiswa aktif yang memiliki kartu tanda mahasiswa selalu mendapatkan promosi tersendiri yang telah ditetapkan oleh *Old Dish TipTop* Yogyakarta sejak berdiri dari awal, hal ini membuat promosi kepada pelajar dan mahasiswa lebih efektif.

c. Struktur Organisasi

Struktur organisasi pada *Old Dish TipTop* Yogyakarta adalah sebagai berikut :



Gambar 2. Struktur Organisasi *Old Dish TipTop* Yogyakarta

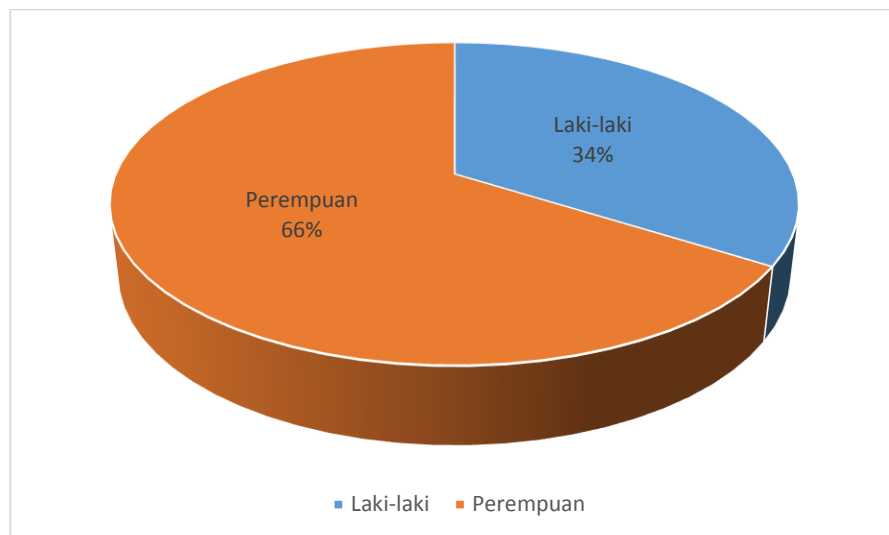
Manager berperan dalam mengawasi karyawan dan mengelola keuangan serta bertanggung jawab pada manajemen pemasaran. *Supervisor* memiliki tanggung jawab kepada karyawan, pembelanjaan bahan produksi serta mengelola pembukuan. Pada bagian pelayan (waiter) bertugas untuk melayani kosumen dari order pesanan hingga menyajikan pesanan konsumen. Bagian barista dan kitchen bertanggung jawab untuk membuat pesanan *ice cream*, minuman, dan makanan. Struktur organisasi menunjukkan kerangka dan susunan perwujudan pola tetap hubungan-hubungan di antara fungsi-fungsi, bagian atau posisi, maupun orang-orang yang menunjukkan kedudukan, tugas wewenang dan tanggung jawab yang berbeda-beda dalam suatu organisasi (Usman, 2014:132).

## 2. Data Responden

Responden yang digunakan dalam penelitian ini merupakan responden yang ditemui di gerai *ice cream Old Dish TipTop* Yogyakarta. Hasil dari kuesioner berupa data berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, tingkat pendapatan dan pekerjaan. Berikut hasil dari masing-masing karakteristik responden yang ditemui di gerai *ice cream Old Dish TipTop* Yogyakarta.

### a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pada hasil penelitian ini diperoleh karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan dalam diagram pada gambar 3



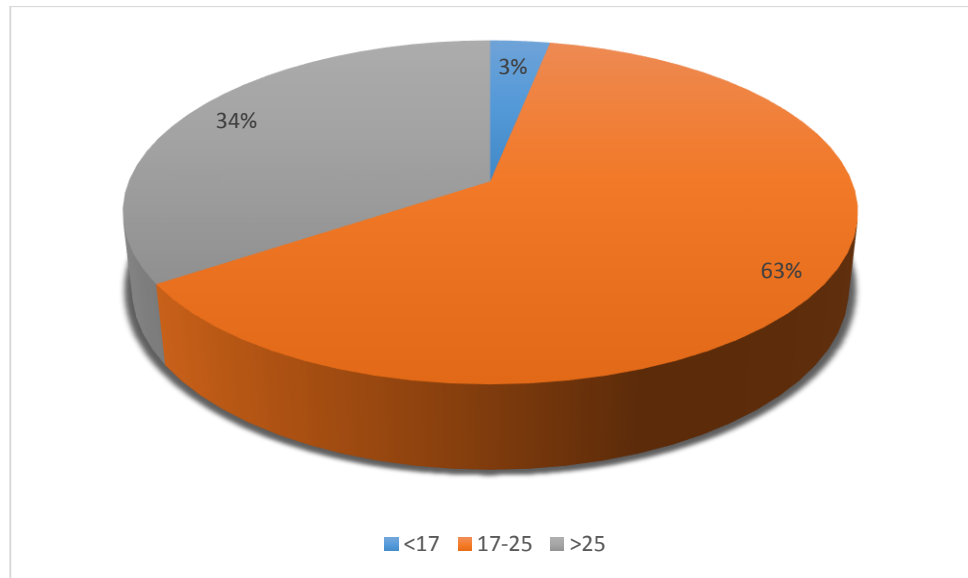
Gambar 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin di *ice cream Old Dish TipTop* Yogyakarta

Diagram diatas mempresentasikan jumlah responden yang berkunjung di *Old Dish TipTop* Yogyakarta dilihat dari presentase jenis kelamin. Responden terbanyak di *Old Dish TipTop* Yogyakarta adalah perempuan sebesar 66% atau 21 orang dan laki-laki sebesar 34% atau 11 orang.

Jumlah kosumen yang berkunjung di *Old Dish TipTop* Yogyakarta lebih banyak berjenis kelamin perempuan daripada jenis kelamin laki-laki.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden selanjutnya adalah karakteristik responden berdasarkan usia, data ini akan menunjukkan rentang usia berapa untuk konsumen di *Old Dish TipTop* Yogyakarta. Hasil dari penelitian ini dipaparkan pada gambar 4

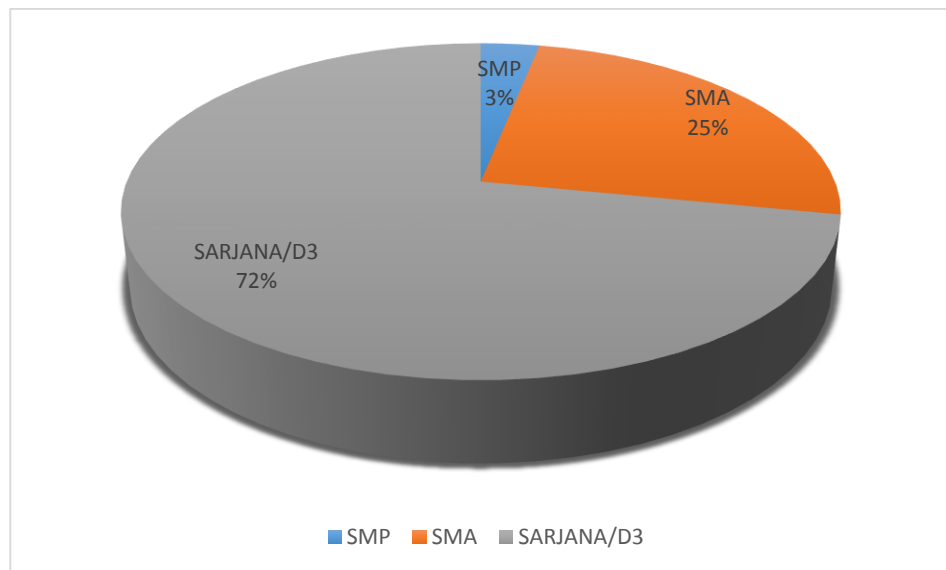


Gambar 4. Karakteristik Responnden Berdasarkan Usia

Pada diagram diatas dapat disimpulkan bahwa usia responden atau pengunjung yang datang di gerai *Old Dish TipTop* Yogyakarta yaitu dibawah 17 tahun hanya 3% (1 orang) , pengunjung yang berusia 17-25 tahun sebanyak 63% (20 orang) dan untuk pengunjung diatas usia 25 tahun sebanyak 34% (11 orang). Jumlah yang mendominasi atau terbanyak adalah responden dengan usia rentang 17 tahun hingga 25 tahun sebanyak 63% atau 20 orang responden.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Karakteristik berdasarkan jenis tingkat pendidikan berfungsi untuk menghitung dan melihat tingkatan pendidikan pengunjung dari *Old Dish TipTop* Yogyakarta. Berikut hasil dari karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan akan disajikan pada gambar 5.

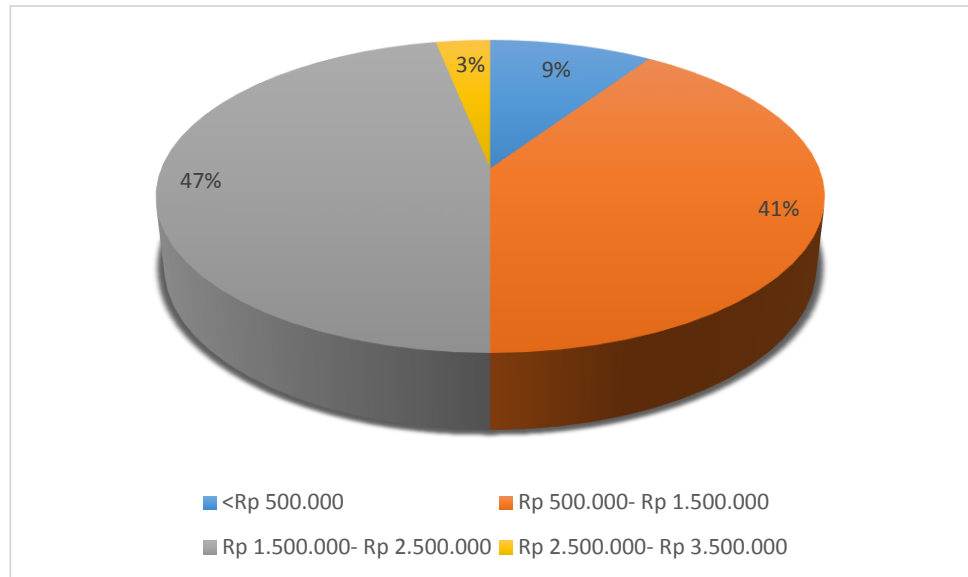


Gambar 5. *Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan*

Hasil dari penelitian memperlihatkan bahwa konsumen dari *Old Dish TipTop* Yogyakarta adalah 3% SMP, 25% SMA, dan 72% Sarjana/D3. Jumlah tingkat pendidikan konsumen *ice cream Old Dish TipTop* Yogyakarta terbanyak adalah sarjana/d3 sebanyak 72% atau 23 konsumen.

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan atau Saku Perbulan

Karakteristik responden berikutnya adalah karakteristik responden berdasarkan pendapatan atau saku perbulan bagi konsumen *Old Dish TipTop* Yogyakarta. Hasil dari penelitian dapat dilihat pada gambar 6.

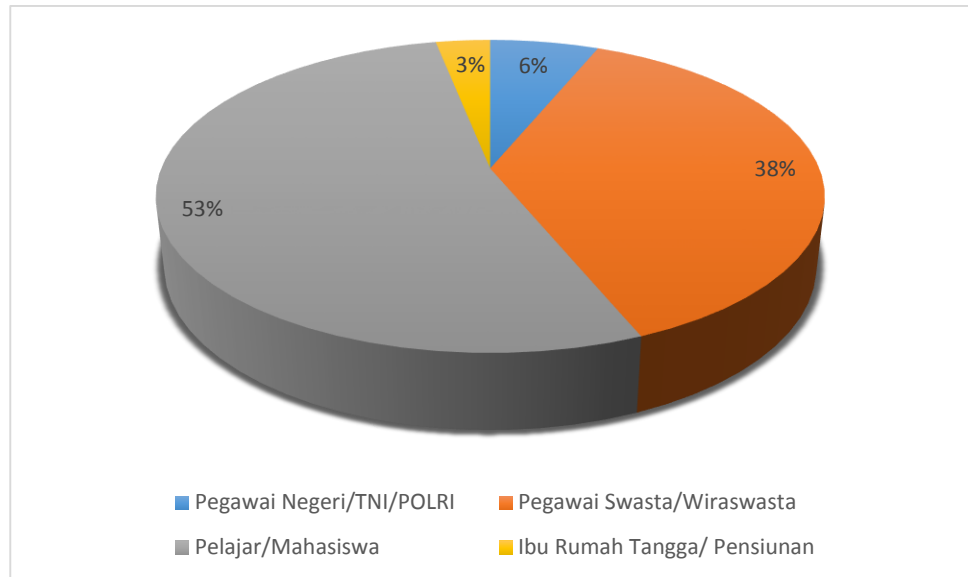


Gambar 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku Perbulan

Hasil dari diagram diatas dapat dilihat bahwa konsumen dari *Old Dish TipTop* Yogyakarta yang mempunyai pendapatan <Rp 500.000 sebanyak 9%, berpendapatan Rp 500.000-Rp 1.500.000 sebanyak 41%, yang berpendapatan sebesar Rp 1.500.000-Rp 2.500.000 sebanyak 47% dan pendapatan sebesar Rp 2.500.000- Rp 3.500.000 sebanyak 3%. Jumlah pendapatan yang paling dominan masuk dalam golongan berpendapatan Rp 1.500.000- Rp 2.500.000 sebanyak 47% atau setara dengan 15 orang konsumen.

e. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pada hasil penelitian karakteristik responden berdasarkan pekerjaan di *Old Dish TipTop* Yogyakarta dapat dilihat pada gambar 7



Gambar 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pada diagram diatas dapat disimpulkan bahwa konsumen dari *Old Dish TipTop* Yogyakarta yang bekerja sebagai Pegawai Negeri/TNI/POLRI sebanyak 6%, Pelajar atau Mahasiswa sebanyak 53%, Pegawai Swasta atau Wiraswasta sebanyak 38% dan sebagai Ibu Rumah Tangga atau Pensiunan sebanyak 3%. Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa pekerjaan sebagai pelajar atau mahasiswa yang paling banyak menjadi konsumen di *Old Dish TipTop* Yogyakarta yang presentasenya sebanyak 53% atau 17 orang.

### 3. Data Kepuasan Konsumen dalam Kualitas Pelayanan di *Old Dish TipTop* Yogyakarta

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan hasil dari kuesioner atau angket yang diisi oleh konsumen di gerai *ice cream Old Dish TipTop* Yogyakarta. Hasil dari kuesioner berupa data kepuasan konsumen dalam kualitas pelayanan meliputi berwujud, keandalan, daya tanggap,

jaminan, empati. Berikut hasil dari masing-masing data kepuasan responden yang ditemui di gerai *ice cream Old Dish TipTop* Yogyakarta.

Tabel 7. Hasil Perhitungan Tingkat Kesesuaian Harapan dan Kenyataan Dimensi Berwujud *Ice Cream Old Dish TipTop* Yogyakarta

No	Pernyataan	Tingkat Kesesuaian (Tki) %	Harapan (Y)	Kenyataan (X)
	<b>Bukti langsung (<i>Tangible</i>)</b>			
1	Ruangan bersih dan rapi	91,30	3,56	3,25
2	Jarak antara meja dan kursi sesuai	93,66	3,47	3,25
3	Ketersedia pendingin ruangan, wifi dan musik	85,53	3,69	3,16
4	Ketersedia wastafel	87,84	3,38	2,97
5	Toilet bersih dan wangi	93,49	3,41	3,19
6	Toilet memberi rasa nyaman (tersedia air dan tisu)	93,56	3,34	3,13
7	Penampilan pramusaji rapi dan bersih	93,38	3,28	3,06
8	Pramusaji menggunakan pakaian seragam	72,05	3,47	2,50
9	Lokasi gerai strategis	88,80	3,59	3,19
Rata-rata		88,85	3,46	3,07

Berdasarkan hasil penelitian tingkat harapan dan kenyataan maka dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat harapan dan kenyataan. Berdasarkan tabel dapat diketahui skor kenyataan untuk ruangan bersih dan rapi adalah sebesar 3,25 dan untuk harapan sebesar 3,56 dengan tingkat kesesuaian 91,30%. Hal ini menunjukkan bahwa harapan pelanggan terpenuhi sebesar 91,30% termasuk dalam kategori belum puas.

Skor kenyataan untuk item jarak antara meja dan kursi sesuai adalah sebesar 3,25 dan untuk harapan sebesar 3,47 dengan tingkat kesesuaian 93,66%. Hal ini menunjukkan bahwa harapan pelanggan terhadap jarak antara meja dan kursi sesuai terpenuhi sebesar 93,66% termasuk dalam kategori belum puas.

Skor kenyataan untuk item ketersediaan pendingin ruangan, wifi dan musik adalah sebesar 3,16 dan untuk harapan sebesar 3,69 dengan tingkat kesesuaian 85,53%. Hal ini menunjukkan bahwa harapan pelanggan terhadap ketersediaan pendingin ruangan, wifi dan musik terpenuhi sebesar 85,53% termasuk dalam kategori belum puas.

Skor kenyataan untuk item ketersediaan Ketersediaan wastafel adalah sebesar 2,97 dan untuk harapan sebesar 3,38 dengan tingkat kesesuaian 87,84%. Hal ini menunjukkan bahwa harapan pelanggan terhadap ketersediaan wastafel terpenuhi sebesar 87,84% termasuk dalam kategori belum puas.

Skor kenyataan untuk item ketersediaan toilet bersih dan wangi adalah sebesar 3,19 dan untuk harapan sebesar 3,41 dengan tingkat kesesuaian 93,49%. Hal ini menunjukkan bahwa harapan pelanggan terhadap ketersediaan toilet bersih dan wangi terpenuhi sebesar 93,49% termasuk dalam kategori belum puas. Skor kenyataan untuk item ketersediaan Toilet memberi rasa nyaman (tersedia air dan tisu) adalah sebesar 3,13 dan untuk harapan sebesar 3,34 dengan tingkat kesesuaian 93,56%. Hal ini menunjukkan bahwa harapan pelanggan terhadap ketersediaan toilet bersih dan wangi terpenuhi sebesar 93,56% termasuk dalam kategori belum puas.

Skor kenyataan untuk item penampilan pramusaji rapi dan bersih adalah sebesar 3,06 dan untuk harapan sebesar 3,28 dengan tingkat kesesuaian 93,38%. Hal ini menunjukkan bahwa harapan pelanggan terhadap penampilan pramusaji rapi dan bersih terpenuhi sebesar 93,38% termasuk dalam kategori belum puas. Skor kenyataan untuk item pramusaji menggunakan pakaian seragam adalah sebesar 2,50 dan untuk harapan



sebesar 3,47 dengan tingkat kesesuaian 72,05%. Hal ini menunjukkan bahwa harapan pelanggan terhadap pramusaji menggunakan pakaian seragam terpenuhi sebesar 72,05% termasuk dalam kategori belum puas.

Skor kenyataan untuk item lokasi gerai strategis adalah sebesar 3,19 dan untuk harapan sebesar 3,59 dengan tingkat kesesuaian 88,80%. Hal ini menunjukkan bahwa harapan pelanggan terhadap lokasi gerai strategis terpenuhi sebesar 88,80% termasuk dalam kategori belum puas.

Tabel 8. Hasil Perhitungan Tingkat Kesesuaian Harapan dan Kenyataan Dimensi Keandalan *Ice Cream Old Dish TipTop* Yogyakarta

No	Pernyataan	Tingkat Kesesuaian (Tki) %	Harapan (Y)	Kenyataan (X)
	<b>Keandalan (<i>Reliability</i>)</b>			
10	Aroma produk <i>ice cream</i> segar	98,97	3,41	3,37
11	Rasa produk <i>ice cream</i> enak (manis dan sesuai dengan pilihan rasa konsumen)	96,57	3,56	3,43
12	Tekstur produk <i>ice cream</i> tepat (semi padat, lembut dan tidak cair)	96,57	3,56	3,43
13	Penampilan produk <i>ice cream</i> menarik dan menggugah selera	91,09	3,50	3,18
14	Penyajian produk <i>ice cream</i> sesuai dengan menu yang dipilih	97,31	3,50	3,406
15	Alat saji bersih	95,67	3,56	3,406
16	Hidangan produk <i>ice cream</i> bersih	91,27	3,63	3,31
17	Porsi sesuai dengan standar pesanan (per scoop)	91,39	3,59	3,28
18	Menu <i>ice cream</i> yang disediakan bervariasi	88,68	3,63	3,21
19	Pilihan hidangan <i>ice cream</i> bervariasi (menggunakan <i>cone</i> atau <i>cup</i> berbagai ukuran)	95,77	3,59	3,43
Rata-rata		94,33	3,55	3,35

Berdasarkan hasil penelitian tingkat harapan dan kenyataan maka dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat harapan dan kenyataan. Berdasarkan tabel dapat diketahui skor kenyataan untuk aroma produk *ice cream* segar adalah sebesar 3,37 dan untuk harapan

sebesar 3,41 dengan tingkat kesesuaian 98,97%. Hal ini menunjukkan bahwa harapan terhadap aroma produk *ice cream* segar pelanggan terpenuhi sebesar 98,97% termasuk dalam kategori belum puas.

Skor kenyataan untuk item rasa produk *ice cream* enak (manis dan sesuai dengan pilihan rasa konsumen) adalah sebesar 3,43 dan untuk harapan sebesar 3,56 dengan tingkat kesesuaian 96,57%. Hal ini menunjukkan bahwa harapan pelanggan terhadap rasa produk *ice cream* enak (manis dan sesuai dengan pilihan rasa konsumen) terpenuhi sebesar 96,57% termasuk dalam kategori belum puas.

Skor kenyataan untuk item tekstur produk *ice cream* tepat (semi padat, lembut dan tidak cair) adalah sebesar 3,43 dan untuk harapan sebesar 3,56 dengan tingkat kesesuaian 96,57%. Hal ini menunjukkan bahwa harapan pelanggan terhadap tekstur produk *ice cream* tepat (semi padat, lembut dan tidak cair) terpenuhi sebesar 96,57% termasuk dalam kategori belum puas.

Skor kenyataan untuk item penampilan produk *ice cream* menarik dan menggugah selera adalah sebesar 3,18 dan untuk harapan sebesar 3,50 dengan tingkat kesesuaian 91,09%. Hal ini menunjukkan bahwa harapan pelanggan terhadap penampilan produk *ice cream* menarik dan menggugah selera terpenuhi sebesar 91,09% termasuk dalam kategori belum puas.

Skor kenyataan untuk item penyajian produk *ice cream* sesuai dengan menu yang dipilih adalah sebesar 3,40 dan untuk harapan sebesar 3,50 dengan tingkat kesesuaian 97,31%. Hal ini menunjukkan bahwa harapan pelanggan terhadap penyajian produk *ice cream* sesuai dengan menu yang dipilih terpenuhi sebesar 97,31% termasuk dalam kategori puas.

Skor kenyataan untuk item alat saji bersih adalah sebesar 3,31 dan untuk harapan sebesar 3,63 dengan tingkat kesesuaian 91,27%. Hal ini menunjukkan bahwa harapan pelanggan terhadap alat saji bersih terpenuhi sebesar 91,27% termasuk dalam kategori belum puas.

Skor kenyataan untuk item porsi sesuai dengan standar pesanan (per scoop) adalah sebesar 3,28 dan untuk harapan sebesar 3,59 dengan tingkat kesesuaian 91,39%. Hal ini menunjukkan bahwa harapan pelanggan terhadap porsi sesuai dengan standar pesanan (per scoop) terpenuhi sebesar 91,39% termasuk dalam kategori belum puas.

Skor kenyataan untuk item menu *ice cream* yang disediakan bervariasi adalah sebesar 3,21 dan untuk harapan sebesar 3,63 dengan tingkat kesesuaian 88,68%. Hal ini menunjukkan bahwa harapan pelanggan terhadap menu *ice cream* yang disediakan bervariasi terpenuhi sebesar 88,68% termasuk dalam kategori belum puas.

Skor kenyataan untuk item pilihan hidangan *ice cream* bervariasi (menggunakan *cone* atau *cup* berbagai ukuran) adalah sebesar 3,43 dan untuk harapan sebesar 3,59 dengan tingkat kesesuaian 95,77%. Hal ini menunjukkan bahwa harapan pelanggan terhadap pilihan hidangan *ice cream* bervariasi (menggunakan *cone* atau *cup* berbagai ukuran) terpenuhi sebesar 95,77% termasuk dalam kategori belum puas.

Tabel 9. Hasil Perhitungan Tingkat Kesesuaian Harapan dan Kenyataan Dimensi Daya Tanggap *Ice Cream Old Dish TipTop* Yogyakarta

No	Pernyataan	Tingkat Kesesuaian (Tki) %	Harapan (Y)	Kenyataan (X)
	<b>Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>)</b>			
20	Pramusaji berbicara dengan ramah kepada konsumen	93,15	3,59	3,34
21	Pramusaji memberikan daftar menu dengan sopan dan baik	91,64	3,41	3,12
22	Pramusaji membersihkan meja setiap kali akan digunakan konsumen	93,66	3,47	3,25
23	Pramusaji cepat tanggap dalam pelayanan order <i>ice cream</i>	95,61	3,53	3,37
24	Semua pramusaji dan karyawan mampu dalam memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen dengan jelas	92,95	3,53	3,28
25	Semua pramusaji dan karyawan cepat tanggap dalam membantu konsumen yang membutuhkan sesuatu (membutuhkan kursi tambahan, menyatukan meja, dll)	91,97	3,5	3,21
Rata-rata		93,16	3,50	3,26

Berdasarkan hasil penelitian tingkat harapan dan kenyataan maka dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat harapan dan kenyataan. Berdasarkan tabel dapat diketahui skor kenyataan untuk pramusaji berbicara dengan ramah kepada konsumen adalah sebesar 3,34 dan untuk harapan sebesar 3,59 dengan tingkat kesesuaian 93,15%. Hal ini menunjukkan bahwa harapan terhadap pramusaji berbicara dengan ramah kepada konsumen terpenuhi sebesar 93,15% termasuk dalam kategori belum puas.

Skor kenyataan untuk item pramusaji memberikan daftar menu dengan sopan dan baik adalah sebesar 3,12 dan untuk harapan sebesar 3,41 dengan tingkat kesesuaian 91,64%. Hal ini menunjukkan bahwa harapan

pelanggan terhadap pramusaji memberikan daftar menu dengan sopan dan baik terpenuhi sebesar 91,64% termasuk dalam kategori belum puas.

Skor kenyataan untuk pramusaji membersihkan meja setiap kali akan digunakan konsumen adalah sebesar 3,25 dan untuk harapan sebesar 3,47 dengan tingkat kesesuaian 93,66%. Hal ini menunjukkan bahwa harapan pelanggan terhadap pramusaji membersihkan meja setiap kali akan digunakan konsumen terpenuhi sebesar 93,66% termasuk dalam kategori belum puas.

Skor kenyataan untuk pramusaji cepat tanggap dalam pelayanan order *ice cream* adalah sebesar 3,37 dan untuk harapan sebesar 3,53 dengan tingkat kesesuaian 95,61%. Hal ini menunjukkan bahwa harapan pelanggan pramusaji cepat tanggap dalam pelayanan order *ice cream* terpenuhi sebesar 95,61% termasuk dalam kategori belum puas.

Skor kenyataan untuk semua pramusaji dan karyawan mampu dalam memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen dengan jelas adalah sebesar 3,28 dan untuk harapan sebesar 3,53 dengan tingkat kesesuaian 92,95%. Hal ini menunjukkan bahwa harapan semua pramusaji dan karyawan mampu dalam memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen dengan jelas terpenuhi sebesar 92,95% termasuk dalam kategori belum puas.

Skor kenyataan untuk semua pramusaji dan karyawan cepat tanggap dalam membantu konsumen yang membutuhkan sesuatu (membutuhkan kursi tambahan, menyatukan meja, dll) adalah sebesar 3,21 dan untuk harapan sebesar 3,50 dengan tingkat kesesuaian 91,97%. Hal ini menunjukkan bahwa harapan semua pramusaji dan karyawan cepat tanggap dalam membantu konsumen yang membutuhkan sesuatu (membutuhkan kursi

tambahan, menyatukan meja, dll)terpenuhi sebesar 91,97% termasuk dalam kategori belum puas.

Tabel 10. Hasil Perhitungan Tingkat Kesesuaian Harapan dan Kenyataan  
Dimensi Jaminan *Ice Cream Old Dish TipTop* Yogyakarta

No	Pernyataan	Tingkat Kesesuaian (Tki) %	Harapan (Y)	Kenyataan (X)
	<b>Jaminan (Assurance)</b>			
26	Bahan yang digunakan berkualitas baik, dapat dirasakan dari rasa <i>ice cream</i> yang enak dan segar	93,15	3,59	3,34
27	Hidangan produk <i>ice cream</i> yang disajikan aman dengan adanya perizinan dari BPOM	94,80	3,56	3,37
28	Pramusaji dapat menjelaskan mengenai produk-produk <i>ice cream</i>	88,92	3,69	3,28
29	Pramusaji dapat menjelaskan mengenai fasilitas yang ada di gerai	95,38	3,44	3,28
30	Pramusaji selalu tersenyum dan ramah ketika menyajikan menu	89,53	3,63	3,25
Rata-rata		92,36	3,582	3,306

Berdasarkan hasil penelitian tingkat harapan dan kenyataan maka dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat harapan dan kenyataan. Berdasarkan tabel dapat diketahui skor kenyataan untuk bahan yang digunakan berkualitas baik, dapat dirasakan dari rasa *ice cream* yang enak dan segar adalah sebesar 3,34 dan untuk harapan sebesar 3,59 dengan tingkat kesesuaian 93,15%. Hal ini menunjukkan bahwa harapan bahan yang digunakan berkualitas baik, dapat dirasakan dari rasa *ice cream* yang enak dan segar terpenuhi sebesar 93,15% termasuk dalam kategori belum puas.

Skor kenyataan untuk hidangan produk *ice cream* yang disajikan aman dengan adanya perizinan dari BPOM adalah sebesar 3,37 dan untuk harapan sebesar 3,56 dengan tingkat kesesuaian 94,80%. Hal ini menunjukkan

bahwa harapan hidangan produk *ice cream* yang disajikan aman dengan adanya perizinan dari BPOM terpenuhi sebesar 94,80% termasuk dalam kategori belum puas.

Skor kenyataan untuk pramusaji dapat menjelaskan mengenai produk-produk *ice cream* adalah sebesar 3,28 dan untuk harapan sebesar 3,69 dengan tingkat kesesuaian 88,92%. Hal ini menunjukkan bahwa harapan pramusaji dapat menjelaskan mengenai produk-produk *ice cream* terpenuhi sebesar 88,92% termasuk dalam kategori belum puas.

Skor kenyataan untuk pramusaji dapat menjelaskan mengenai fasilitas yang ada di gerai adalah sebesar 3,28 dan untuk harapan sebesar 3,44 dengan tingkat kesesuaian 95,38%. Hal ini menunjukkan bahwa harapan pramusaji dapat menjelaskan mengenai fasilitas yang ada di gerai terpenuhi sebesar 95,38% termasuk dalam kategori belum puas.

Skor kenyataan untuk pramusaji selalu tersenyum dan ramah ketika menyajikan menu adalah sebesar 3,25 dan untuk harapan sebesar 3,63 dengan tingkat kesesuaian 89,53%. Hal ini menunjukkan bahwa harapan pramusaji selalu tersenyum dan ramah ketika menyajikan menu terpenuhi sebesar 89,53% termasuk dalam kategori belum puas.

Tabel 11. Hasil Perhitungan Tingkat Kesesuaian Harapan dan Kenyataan Dimensi Empati *Ice Cream Old Dish TipTop* Yogyakarta

No	Pernyataan	Tingkat Kesesuaian (Tki) %	Harapan (Y)	Kenyataan (X)
	<b>Empati (<i>Emphaty</i>)</b>			
31	Pramusaji dapat mengatasi keluhan konsumen dengan baik	87,21	3,44	3,00
32	Pramusaji bersedia melayani apabila ada perubahan menu di gerai	90,17	3,50	3,15
Rata-rata		88,69	3,47	3,07

Berdasarkan hasil penelitian tingkat harapan dan kenyataan maka dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat harapan dan kenyataan. Berdasarkan tabel dapat diketahui skor kenyataan pramusaji dapat mengatasi keluhan konsumen dengan baik adalah sebesar 3,00 dan untuk harapan sebesar 3,44 dengan tingkat kesesuaian 87,21%. Hal ini menunjukkan bahwa harapan pramusaji dapat mengatasi keluhan konsumen dengan baik terpenuhi sebesar 87,21% termasuk dalam kategori belum puas.

Skor kenyataan untuk pramusaji bersedia melayani apabila ada perubahan menu di gerai adalah sebesar 3,15 dan untuk harapan sebesar 3,50 dengan tingkat kesesuaian 90,17%. Hal ini menunjukkan bahwa harapan pramusaji bersedia melayani apabila ada perubahan menu di gerai terpenuhi sebesar 90,17% termasuk dalam kategori belum puas.

## **B. Pembahasan Hasil Penelitian**

Hasil penelitian karakteristik konsumen *Old Dish TipTop* Yogyakarta adalah 66% perempuan dan laki-laki sebesar 34% , jadi mayoritas konsumen *Old Dish TipTop* Yogyakarta berjenis kelamin perempuan. Hal ini kemungkinan perempuan lebih memiliki waktu luang dan memiliki pendapatan seperti laki-laki. Harian Kompas (23 April 2013), pria lebih menyukai makanan berasa gurih seperti daging, sedangkan wanita menyukai coklat dan kue-kue manis. Menurut Nugroho J. Setiadi (2003:83) salah satu aktivitas manusia adalah menghabiskan uang dan waktu dengan demikian ketika wanita



bekerja, maka mereka memiliki uang sendiri yang dapat dibelanjakan kapan dan dimana saja.

Rata-rata usia konsumen yang berkunjung di *Old Dish TipTop* Yogyakarta adalah, 63% di rentang usia 17-25 tahun. Jadi, mayoritas konsumen dari *Old Dish TipTop* Yogyakarta berusia 17 hingga 25 tahun. Kemungkinan penyebab konsumen yang banyak mengunjungi *Old Dish TipTop* Yogyakarta berumur 17 hingga 25 tahun adalah rasa ingin tahu mencoba berbagai macam *ice cream* dan tempat berkumpul dengan teman-teman.

Tingkat pendidikan konsumen *Old Dish TipTop* Yogyakarta 72% Sarjana/D3. Jadi, mayoritas tingkat pendidikan konsumen *Old Dish TipTop* Yogyakarta adalah Sarjana/D3. Kemungkinan penyebabnya adalah Sarjana/D3 sudah mempunyai pilihan tetap untuk mengonsumsi *ice cream* di gerai *Old Dish TipTop* Yogyakarta serta memiliki uang saku pribadi yang dapat digunakan untuk membeli makanan atau minuman yang diinginkan.

Rata-rata pendapatan konsumen yang berkunjung di *Old Dish TipTop* Yogyakarta adalah 47% berpendapatan Rp 1.500.000- Rp 2.500.000. Jadi, mayoritas konsumen *ice cream Old Dish TipTop* Yogyakarta berpendapatan Rp 1.500.000- Rp 2.500.000. Hal ini bisa dikarenakan yang berpendapatan Rp 500.000- Rp 1.500.000 adalah rata-rata uang saku perbulan konsumen Sarjana/D3 .

Pekerjaan konsumen dari *Old Dish TipTop* Yogyakarta adalah 53% sebagai mahasiswa dan pelajar. Jadi, mayoritas pekerja konsumen yang berkunjung di *Old Dish TipTop* Yogyakarta adalah mahasiswa atau pelajar.

Kemungkinan penyebab konsumen *Old Dish TipTop* Yogyakarta rata-rata mahasiswa atau pelajar dikarenakan mahasiswa atau pelajar dapat mempunyai waktu luang untuk membeli *ice cream* dan berfoto hingga menggunakan fasilitas internet gratis yang ada di *Old Dish TipTop* Yogyakarta.

Hasil dari penelitian ini yaitu bahwa kepuasan konsumen terhadap *ice cream* di *Old Dish TipTop* Yogyakarta pada dimensi bukti langsung (*tangible*) berupa fasilitas yang disediakan seperti wifi, pendingin ruangan, musik, wastafel, kebersihan ruangan, dan tempat parkir, diperoleh hasil rata-rata tingkat kesesuaian 88,50%, nilai rata-rata harapan 3,46 dan nilai rata-rata kenyataan 3,07. Hal ini menunjukkan bahwa harapan konsumen belum terpenuhi dan konsumen belum puas. Kemungkinan penyebab belum puasnya konsumen karena ketersediaan pendingin ruangan, wifi dan musik yang masih kurang memadai, letak wastafel dan toilet yang kurang strategis, tidak menggunakan seragam pada pramusaji serta lokasi gerai kurang strategis. Menurut Kotler (2001:15) kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan perbedaan antara harapan (*expectations*) dan kinerja yang dirasakan (*perceived performance*).

Kepuasan konsumen terhadap pelayanan dimensi keandalan (*reliability*) berupa cita rasa produk, porsi serta variasi hidangan diperoleh hasil rata-rata tingkat kesesuaian 94,33%, nilai rata-rata harapan 3,55 dan nilai rata-rata kenyataan 3,35. Hasil tersebut menunjukkan bahwa konsumen masih belum puas dengan pelayanan pada dimensi keandalan. Hal ini bisa dikarenakan porsi yang disajikan masih kurang dari standar pesanan (tidak penuh satu *scoop*), alat saji pada *ice cream* kurang bersih, kurangnya variasi

hidangan *ice cream* dan penampilan *ice cream* kurang menarik. Menurut Parasuraman (2001:32) Keandalan yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat (*accurately*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependably*), terutama memberikan jasa secara tepat waktu (*on time*), dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan, dan tanpa melakukan kesalahan.

Hasil kepuasan konsumen terhadap pelayanan dimensi daya tanggap (*responsiveness*) berupa pelayanan yang sigap, tepat dan cepat di *Old Dish TipTop* Yogyakarta yaitu rata-rata tingkat kesesuaian 93,16%, rata-rata harapan 3,50%, dan hasil rata-rata kenyataan 3,26. Hasil data menunjukkan bahwa konsumen belum puas dengan pelayanan dibidang daya tanggap pada *Old Dish TipTop* Yogyakarta. Kemungkinan penyebab ketidakpuasan konsumen dikarenakan masih kurang cepat tanggap dalam membantu konsumen yang membutuhkan bantuan. Menurut Parasuraman (2001:32) daya tanggap yaitu kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen. Beberapa contoh diantaranya : ketepatan waktu pelayanan, pengiriman slip transaksi secepatnya, kecepatan menghubungi kembali pelanggan, dan penyampaian layanan secara cepat.

Kepuasan konsumen *Old Dish TipTop* Yogyakarta terhadap pelayanan dimensi jaminan (*assurance*) berupa jaminan keamanan pangan diperoleh hasil rata-rata tingkat kesesuaian 92,36%, rata-rata harapan 3,58, dan hasil rata-rata kenyataan 3,30. Hasil data menunjukkan bahwa konsumen belum puas terhadap pelayanan dimensi jaminan. Hal ini bisa dikarenakan pramusaji kurang memahami mengenai produk-produk *ice cream*, kurangnya senyum

dan keramahan ketika menyajikan menu. Menurut Fandy Tjiptono (2006) Jenis unsur pelayanan *Caretaking*, terdiri dari perhatian dan perlindungan atas barang yang dimiliki pembeli yang mereka bawa serta perhatian dan perlindungan atas barang yang dibeli konsumen.

Kepuasan konsumen terhadap pelayanan dimensi empati (*emphaty*) berupa perhatian pelayanan kepada konsumen di *Old Dish TipTop* Yogyakarta diperoleh hasil rata-rata tingkat kesesuaian 88,69%, rata-rata harapan 3,47 dan rata-rata kenyataan 3,07. Hasil tersebut menunjukkan bahwa konsumen *Old Dish TipTop* Yogyakarta belum puas dengan pelayanan pada dimensi empati. Hal ini bisa dikarenakan pramusaji belum dapat menangani keluhan konsumen dengan baik. Menurut Fandy Tjiptono (2006) Jenis unsur pelayanan *Exception* atau pengecualian, meliputi permintaan khusus sebelum penyampaian produk, menangani komplain/ pujian/ saran, pemecahan masalah dan restitusi (pengembalian uang, kompensasi, dsb).

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian melalui analisis data dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa :

1. Profil *Old Dish Tip Top* Yogyakarta meliputi sejarah yang berganti nama dari *Tip Top Ice Cream* menjadi *Old Dish Tip Top*, struktur di *Old Dish Tip Top* terbagi menjadi 3 yaitu produksi, tenaga kerja dan pemasaran. Untuk struktur organisasi terdiri dari *manager*, *supervisor*, pelayan, barista dan bagian *kitchen (chef)*. *Manager* yang bertugas mengawasi karyawan, mengelola keuangan serta bertanggungjawab pada manajemen pemasaran. *Supervisor* memiliki tanggungjawab kepada karyawan, pembelanjaan bahan produksi serta mengelola pembukuan. Pelayan bertugas melayani konsumen dari order pesanan hingga menyajikan pesanan konsumen, barista dan bagian *kitchen (chef)* bertugas membuat pesanan ice cream, minuman dan makanan .
2. Hasil simpulan tingkat kepuasan konsumen pada dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* yaitu :
  - a. Tingkat kepuasan konsumen ditinjau dari aspek bukti langsung (*tangible*) yaitu belum puas terhadap seragam pramusaji, ketersediaan pendingin ruangan, wifi dan musik yang kurang memadai, letak wastafel dan toilet yang kurang strategis.

- b. Tingkat kepuasan konsumen ditinjau dari aspek keandalan (*reliability*) yaitu belum puas terhadap porsi yang disajikan masih kurang dari standar pesanan, alat saji pada *ice cream* kurang bersih, kurangnya variasi hidangan *ice cream* dan penampilan *ice cream* kurang menarik.
- c. Tingkat kepuasan konsumen ditinjau dari aspek daya tanggap (*responsiveness*) yaitu belum puas terhadap kurangnya cepat tanggap pramusaji dalam membantu konsumen yang membutuhkan bantuan.
- d. Tingkat kepuasan konsumen ditinjau dari aspek jaminan (*assurance*) yaitu belum puas terhadap kurangnya pemahaman pramusaji terhadap produk-produk *ice cream*, kurangnya senyum dan keramahan ketika menyajikan menu.
- e. Tingkat kepuasan konsumen ditinjau dari aspek empati (*emphaty*) yaitu belum puas terhadap sikap pramusaji yang belum dapat menangani keluhan konsumen dengan baik.

## **B. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian kepuasan konsumen ini telah dilakukan dengan sebaik-baiknya namun masih memiliki beberapa kekurangan dan keterbatasan :

- 1. Tidak dapat mengontrol kejujuran dan kebenaran dari konsumen dalam mengisi kuesioner.
- 2. Waktu yang terbatas dan relatif singkat dalam penelitian sehingga kemungkinan data yang diperoleh kurang obyektif.
- 3. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini masih sangat terbatas yaitu kepuasan konsumen

### C. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, saran yang dapat disampaikan bagi manajemen *Old Dish Tip Top* Yogyakarta agar dapat mempertahankan kualitas *ice cream* yang sudah baik menggunakan resep turun temurun yang disempurnakan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang dirasa masih kurang memberikan kepuasan bagi konsumen sebagai berikut:

1. Pada pelayanan berwujud (*tangible*), yaitu perlu adanya tambahan untuk wastafel toilet agar lebih strategis, menggunakan seragam bagi pramusaji agar lebih rapi.
2. Pada pelayanan keandalan (*reliability*), yaitu perbaikan pada porsi, variasi *ice cream* dan penampilan *ice cream*.
3. Pada pelayanan daya tanggap (*responsiveness*), yaitu pramusaji lebih cekatan dalam melayani konsumen serta adanya pelatihan untuk pelayan agar lebih cepat tanggap
4. Pada pelayanan jaminan (*assurance*), yaitu lebih memahami dan mengenal produk-produk *ice cream*, lebih ramah saat berinteraksi dengan konsumen
5. Pada pelayanan empati (*emphaty*), yaitu pramusaji dapat mengatasi keluhan konsumen dengan lebih baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Sani, P. Dan Vivin, Maharani. (2013). *Metodologi Penelitian Manajemen Sumberdaya Manusia*. Malang: UIN Maliki Press
- Ani, Faridah, dkk. (2008). *Patiseri Jilid 3*. Jakarta : Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan
- Ardina Hariasari. (2015). *Tugas Akhir Skripsi "Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Restaurant Nikkou Ramen Yogyakarta"*. Universitas Negeri Yogyakarta: Yogyakarta
- Collin Dictionary. "Collin Dictionary Definition of Profile". 7 Maret 2017. <http://www.collinsdictionary.com/amp/english/profile>
- Etta, Mamang , & Sopiah . (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Andi Offset
- Wikipedia
- Fajar Dwi Safitri. (2016). *Tugas Akhir Skripsi "Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan di Bowling Fruit Bar Yogyakarta"*. Universitas Negeri Yogyakarta: Yogyakarta
- Hungu. (2007). *Pengertian Jenis Kelamin*. 13 Desember 2016. <http://www.scribd.com/doc/143354392/BAB-II-Tinjauan-Gender>
- Indra Wahyu Dianto. (2013). *Tugas Akhir Skripsi "Analisis Kepuasan Konsumen Waroeng Steak & Shake"*. Universitas Negeri Yogyakarta: Yogyakarta
- KBBI. "Kamus Besar Bahasa Indonesia Pengertian Usia". 13 Desember 2016. <http://kbbi.web.id/usia>
- KBBI. "Kamus Besar Bahasa Indonesia Pengertian Tempat Tinggal". 13 Desember 2016. <http://kbbi.web.id/tempat-tinggal>
- KBBI. "Kamus Besar Bahasa Indonesia Pengertian Profil". 13 Desember 2016. <http://kbbi.web.id/profil>
- KBBI. "Kamus Besar Bahasa Indonesia Pengertian Karakteristik". 12 Desember 2016. <http://kbbi.web.id/karakteristik>
- Kompas. "Pengaruh Jenis Kelamin pada Pilihan Makanan". 15 Oktober 2017. <http://kompas.com/pengaruh-jenis-kelamin-pada-pilihan-makanan>
- Kotler, Philip. (2001). *Marketing Management, Millenium ed*. Upper Saddle River : Printice Hall, Inc
- Manullang, M. (1992). *Dasar-dasar Manajemen*. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Oxford University. (2008). *Oxford Learner's Pocket Dictionary*. UK : Oxford University Press
- Parasuraman, A. Valerie. (2001). *Delivering Quality Service*. New York : The Tree Press



- Prihastuti Ekawatiningsih, dkk. (2008). *Restoran Jilid 2*. Jakarta : Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan
- Setiadi, Nugroho J. (2003). *Perilaku Konsumen, Edisi Revisi*. Jakarta : Prenadamedia Group
- Siagian, Sondang. (2008). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Bumi Aksara
- Sugiyono. (2006). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2016). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta
- Supranto.(2001). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta
- Tjiptono, Fandy. (1997). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Turnady, Wibowo. "*Jurnal Hukum Pengertian Tempat Tinggal*". 13 Desember 2016. [www.jurnalhukum.com/tempat-tinggal-domicille/](http://www.jurnalhukum.com/tempat-tinggal-domicille/)
- Tribun Jogja. "*Masyarakat Konsumtif Tertarik dengan Makanan yang Populer*". 9 Januari 2017. [http:// jogja.tribunnews.com](http://jogja.tribunnews.com)
- Usman, Effendi. (2014). *Asas Manajemen*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada
- V. Wiratna, Sujarweni. (2014). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press
- Rinawati, Wika. (2008). *Kepuasan Konsumen Terhadap Produk dan Layanan Makanan Restoran Student Corner Jurusan Pendidikan Teknik Boga dan Busana (PTBB) Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta*. Jurnal Pendidikan Teknologi dan Kejuruan VOL 17. No.1. Page: 119-138

**KEPUTUSAN DEKAN**  
**FAKULTAS TEKNIK UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**  
Nomor : 29/PMB/PTBG/TAHUN 2017  
**TENTANG**  
**PENGANGKATAN PEMBIMBING SKRIPSI BAGI MAHASISWA**  
**FAKULTAS TEKNIK UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

**DEKAN FAKULTAS TEKNIK UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

Menimbang : 1. Bahwa sehubungan dengan telah dipenuhinya persyaratan untuk penulisan SKRIPSI bagi mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta, perlu diangkat pembimbing.  
2. Bahwa untuk keperluan dimaksud dipandang perlu ditetapkan dengan Keputusan Dekan.

Mengingat : 1. Undang-Undang RI Nomor 2 Tahun 1989  
2. Peraturan Pemerintah RI Nomor 60 Tahun 1999  
3. Keputusan Presiden RI :  
a. Nomor 93 Tahun 1999  
b. Nomor 305/M Tahun 1999  
4. Keputusan Mendikbud RI :  
a. Nomor 0464/O/1992  
b. Nomor 274/O/1999  
5. Keputusan Rektor UNY Nomor 1160/UN34/KP/2011

Mengingat  
Pula : Keputusan Dekan FPTK IKIP YOGYAKARTA Nomor 042 Tahun 1989

**MEMUTUSKAN**

Menetapkan  
Pertama : Mengangkat Pembimbing SKRIPSI bagi mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta sebagai berikut :  
Nama Pembimbing : **Dr. Marwanti, M.Pd.**  
Bagi mahasiswa  
Nama : **DHEA UTAMI PUTRI**  
**NIM** : **13511244015**  
Jurusan/Prodi : **PTBB/PT. Boga**  
Kedua : Dosen pembimbing disertai tugas membimbing penulisan SKRIPSI sesuai dengan Pedoman Tugas Akhir.  
Ketiga : Keputusan ini berlaku sejak ditetapkan  
Keempat : Segala sesuatu akan diubah dan dibetulkan sebagaimana mestinya apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam Keputusan ini.

Ditetapkan : di Yogyakarta  
Pada tanggal : 20 Februari 2017  
Dekan.

  
**Dr. Widarto**  
**NIP. 19631230 198812 1 001**

Tembusan Yth.:  
1. Para Pembantu Dekan di lingkungan FAKULTAS TEKNIK UNY  
2. Ketua Jurusan PTBB  
3. Kasub Bag. Pendidikan FAKULTAS TEKNIK UNY  
4. Yang bersangkutan



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI  
**UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**  
**FAKULTAS TEKNIK**

Alamat Karangmalang, Yogyakarta 55281  
Telp (0274) 568168 psw 276, 289, 292 (0274) 586734 Fax (0274) 586734  
Website <http://ft.uny.ac.id>, email [ft@uny.ac.id](mailto:ft@uny.ac.id), [teknik@uny.ac.id](mailto:teknik@uny.ac.id)



Certificate No. QSC 90592

No : 538/H34/PL/2017  
Lamp : -  
Hal : Ijin Penelitian

7 April 2017

Yth.

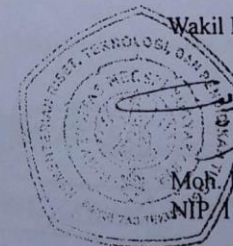
1. Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta c.q. Ka. Badan Kesbangpol Provinsi DIY
2. Walikota Kota Yogyakarta c.q. Kepala Badan Kesbangpol Provinsi Yogyakarta
3. Pimpinan Olddish Tiptop Ice Cream

Dalam rangka pelaksanaan Tugas Akhir Skripsi kami mohon dengan hormat bantuan Saudara memberikan ijin untuk melaksanakan penelitian dengan judul Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Pelayanan di Old Dish Tip Top Yogyakarta, bagi Mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta tersebut di bawah ini:

No	Nama	No. Mhs.	Program Studi	Lokasi
1.	Dhea Utami Putri	13511244015	Pend. Teknik Boga	Olddish Tiptop Ice Cream

Dosen Pembimbing/Dosen Pengampu  
Nama : Dr. Marvanti, M.Pd.  
NIP : 19570313 198303 2 001

Adapun pelaksanaan penelitian dilakukan mulai April - Mei 2017  
Demikian permohonan ini, atas bantuan dan kerjasama yang baik selama ini, kami mengucapkan terima kasih.



Wakil Dekan I,

Moh. Khairudin, Ph.D.

NIP. 19790412 200212 1 002

Tembusan :  
Ketua Jurusan





PEMERINTAH DAERAH DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA  
**BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK**  
Jl. Jenderal Sudirman No 5 Yogyakarta – 55233  
Telepon : (0274) 551136, 551275, Fax (0274) 551137

Yogyakarta, 10 April 2017

Kepada Yth. :

Nomor : 074/3638/Kesbangpol/2017  
Perihal : Rekomendasi Penelitian

1. Bupati Sleman  
Up. Kepala Badan Kesbangpol Sleman  
di Sleman
2. Walikota Yogyakarta  
Up. Kepala Dinas Penanaman Modal dan  
Perizinan Kota Yogyakarta  
di Yogyakarta

Memperhatikan surat :

Dari : Wakil Dekan I Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta  
Nomor : 538/H34/PL/2017 dan 538/H34/PL/2017  
Tanggal : 7 April 2017  
Perihal : Izin Penelitian

Setelah mempelajari surat permohonan dan proposal yang diajukan, maka dapat diberikan surat rekomendasi tidak keberatan untuk melaksanakan riset/penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul proposal : **"TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PADA PELAYANAN DI OLD DISH TIP TOP"** kepada:

Nama : DHEA UTAMI PUTRI  
NIM : 13511244015  
No.HP/Identitas : 085788666562/1604106308950002  
Prodi/Jurusan : Pendidikan Teknik Boga/ Pendidikan Teknik Boga dan Busana  
Fakultas : Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta  
Lokasi Penelitian : OLD DISH TIP TOP (Kota Yogyakarta)

Waktu Penelitian : 10 April 2017 s.d 31 Mei 2017

Sehubungan dengan maksud tersebut, diharapkan agar pihak yang terkait dapat memberikan bantuan / fasilitas yang dibutuhkan.

Kepada yang bersangkutan diwajibkan:

1. Menghormati dan mentaati peraturan dan tata tertib yang berlaku di wilayah riset/penelitian;
2. Tidak dibenarkan melakukan riset/penelitian yang tidak sesuai atau tidak ada kaitannya dengan judul riset/penelitian dimaksud;
3. Menyerahkan hasil riset/penelitian kepada Badan Kesbangpol DIY.
4. Surat rekomendasi ini dapat diperpanjang maksimal 2 (dua) kali dengan menunjukkan surat rekomendasi sebelumnya, paling lambat 7 (tujuh) hari kerja sebelum berakhirnya surat rekomendasi ini.

Rekomendasi Ijin Riset/Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata pemegang tidak mentaati ketentuan tersebut di atas.

Demikian untuk menjadikan maklum.

KEPALA  
BADAN KESBANGPOL DIY  
  
AGUNG SUPRIYONO, SH  
HP. 19601026 199203 1 004

Tembusan disampaikan Kepada Yth.:

1. Gubernur DIY (sebagai laporan)
2. Wakil Dekan I Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta;
3. Yang bersangkutan.